

La méthodologie de rédaction des lettres de motivation

La méthodologie de rédaction des lettres de motivation.....	1
Qu'est-ce qui provoque la réussite ou l'échec de la lettre d'accompagnement ?	4
.....	4
LE SCHÉMA DE CONSTRUCTION.....	4
Soyez le plus concis possible.....	4
Fondez les raisons de votre candidature.....	4
LES ERREURS FATALES.....	8
Ne cherchez pas à tout dire.....	8
N'essayez pas de tricher.....	9
Ne donnez pas vos prétentions salariales.....	10
N'évoquez jamais vos problèmes personnels.....	10
Ne dites jamais que vous n'êtes pas disponible immédiatement.....	10
LA FORME.....	10
Une lettre percutante, bien rédigée et bien présentée.....	10
La présentation.....	12
Les lettres en réponse à une annonce : vous répondez à une demande.....	15
Les grands principes de réponse à une annonce.....	16
La lettre d'accompagnement.....	16
L'acte de candidature.....	16
Ciblez l'annonce qui vous convient.....	16
La technique du décodage.....	16
Technique d'élaboration de réponse.....	18
Rédaction de la lettre.....	18
Conseils pratiques.....	19
Il faut à tout prix que votre lettre rejoigne la bonne pile.....	20
La candidature spontanée.....	22
Les 7 étapes d'une bonne approche.....	22
1 • La nécessaire mise en œuvre de moyens importants.....	22
2 • L'acceptation d'une faible rentabilité apparente.....	23
3 • Le choix de la bonne cible.....	23
4 • Où et comment s'informer.....	23
5 • Les particularités de la lettre d'accompagnement.....	26
6 • Le découpage de la lettre d'accompagnement.....	27
7 • Les formules d'introduction.....	28
La lettre de réseau.....	30
Exemple.....	30
Ce qu'il faut faire.....	30
Ce qu'il ne faut pas faire.....	30
Rédaction de la lettre d'accompagnement.....	31
La lettre-CV ou le carton-CV.....	32
Efficacité de la lettre-CV.....	32
La brièveté.....	32
La rédaction.....	32
La quantité d'informations.....	32
Le rapport qualité/prix.....	33
Mode d'emploi.....	33
Le soin apporté à la rédaction.....	33
Le bon choix du destinataire.....	33

Les pièces annexes.....	33
Les lettres d'accompagnement sur Internet : vous réinventez le genre.....	34
Présentation des auteurs.....	34
Les entreprises.....	34
Les individus.....	35
Grands principes d'une recherche d'emploi sur le réseau.....	36
Comment pratiquer une recherche d'emploi sur le réseau : la démarche pas à pas.....	36
1 • Créez votre propre information.....	37
2 • Hébergez vos pages Web.....	38
3 • Lancez et gérez votre information sur le réseau.....	38
4 • Lancez des candidatures spontanées sur le réseau.....	39
5 • Consultez les newsgroups.....	40
6 • Intégrez une liste de diffusion.....	41

Qu'est-ce qui provoque la réussite ou l'échec de la lettre d'accompagnement ?

La lettre d'accompagnement est adressée au recruteur en même temps que le CV.

Cette lettre ne doit pas, évidemment, faire double emploi avec le CV. Elle ne devra pas être redondante. Mais au contraire, par son originalité, inciter le destinataire, futur employeur éventuel, à lire votre CV pour en savoir plus, voire à se suffire à elle seule si elle est suffisamment performante.

Les messages publicitaires distribués dans nos boîtes à lettres en offrent un exemple : la lettre qui accompagne le prospectus n'a d'autre but que motiver votre intérêt.

C'est ce que nous allons étudier en détail, en adoptant la démarche que je vous invite à suivre.

LE SCHÉMA DE CONSTRUCTION

La première exigence à laquelle vous vous devez de satisfaire au moment où vous abordez la rédaction de votre lettre d'accompagnement, est d'adopter un schéma de construction particulièrement draconien.

Soyez le plus concis possible

- Votre lettre d'accompagnement doit tenir sur une seule page.

Il s'agit aussi bien d'une question de forme que de fond. Être concis montre que vous allez droit au but et que vous avez cerné vos objectifs, ainsi que ceux de votre interlocuteur. Cela signifie aussi que vous avez le souci d'épargner à votre interlocuteur une lecture par trop longue et accaparante.

- Une bonne lettre de présentation doit comporter quatre ou cinq paragraphes. Si vous êtes plus long, vous fatiguerez et vous donnerez l'impression de ne pas savoir aller à l'essentiel.

- Chaque paragraphe développe un point et un seul.

- La lettre d'accompagnement se distingue du CV par son absence de neutralité. Le CV brosse de manière quasi clinique votre parcours, mais il en dit peu sur votre démarche personnelle. Il ne vous permet pas de dire votre « différence », ni de mettre en relief une expérience en rapport avec le poste proposé.

- Par son impeccable présentation, par le choix du destinataire, une bonne lettre d'accompagnement vous personnalise.

Fondez les raisons de votre candidature

Votre lettre, c'est évident, s'adresse à quelqu'un en particulier. Elle doit donc signifier, montrer un intérêt certain pour ce qu'est cette personne et pour ce qu'elle représente.

Il faut que vous prouviez au recruteur que vous ne lui avez pas adressé une lettre passe-partout.

Composez le texte de votre lettre en trois parties, chacune pouvant comporter un à deux paragraphes (maximum) :

Première partie : accrochez, d'entrée de jeu

Dès l'entrée en matière, montrez que vous connaissez l'entreprise et ses activités. C'est le meilleur moyen d'accrocher votre lecteur.

Exemples :

Je me suis intéressé récemment aux entreprises leaders sur le marché du jouet. Toys R'Us fait figure d'entreprise de pointe dans ce secteur.

Ou bien :

J'ai été particulièrement intrigué par la présentation de votre nouveau système de distribution, rapportée dans Les Echos du mois dernier. Je suis persuadé qu'il s'agit d'une idée tout à fait novatrice.

Ou encore :

Professionnelle confirmée du marketing opérationnel des produits industriels, mon expérience de quatorze ans dans ce domaine m'a permis d'aborder tous les aspects du marketing-mix de la robinetterie industrielle...

Vous pouvez jouer sur une spécificité de l'entreprise : son image de marque, ses produits, son expansion, sa politique interne.

Dès le premier paragraphe, laissez entendre que vous connaissez les besoins ou les objectifs de la société :

Mon expérience de directeur financier de la Dijonnaise des Vins devrait intéresser l'entreprise que vous dirigez, compte tenu, notamment, de votre volonté de contrôler les flux de trésorerie de Vino-France.

J'ai obtenu – et analysé – votre plaquette de présentation. L'adéquation entre la clientèle potentielle (salon du prêt-à-porter) et la rédaction particulièrement soignée de votre présentation me laissent à penser que le vecteur salons est aujourd'hui un axe important de votre stratégie.

Mais je peux vous aider à faire mieux encore.

Ou encore :

Une étude préliminaire de votre entreprise m'a permis de constater que vous êtes engagés dans la mise en œuvre de projets d'engineering et de démarrage de chantiers de grande envergure dans le domaine du traitement

des déchets. Or je m'intéresse particulièrement au travail que vous effectuez sur la purification de sites...

Deuxième partie : montrez, aussitôt, que votre expérience répond bien aux besoins de l'entreprise

Il faut que votre lettre laisse clairement, intensément, apparaître votre projet personnel. Il faut qu'on discerne votre vocation profonde. Il faut convaincre que vous êtes l'homme – ou la femme – de la situation.

Vous n'avez que peu de temps, que peu de mots, pour capter l'attention de votre destinataire. Si vous ne réussissez pas, il y a de fortes chances que votre lettre disparaisse dans la pile des rejetées.

Dans cette deuxième partie, montrez au recruteur que votre expérience répond aux besoins du poste, de l'entreprise.

Vous avez, dans le paragraphe précédent, identifié un problème. Dans celui-ci, donnez la solution, en notifiant que votre background répond au mieux à ce problème.

Parfois cependant, une simple référence à votre passé professionnel ou à vos capacités et qui renvoie à votre CV est suffisante.

Exemples :

Je connais à fond le réseau de détaillants de votre secteur. Ces relations fortes, parfois très personnelles, seront un atout décisif dans notre collaboration et dans la pénétration de votre produit sur ce marché.

J'ai personnellement formé plus de 2 500 guichetiers aux nouvelles techniques bancaires. Cette expérience me permet aujourd'hui d'être opérationnel en moins de quinze jours...

Au cours de cinq années passées dans l'agence BCW comme chef de publicité, j'ai élaboré trois campagnes qui ont contribué à faire progresser les ventes de 40 %...

Le CV ci-joint illustre ma capacité à mettre en place une structure exportée, et à la rendre opérationnelle en un temps record...

Responsable des achats senior au sein d'une grosse entreprise du secteur des biens de consommation, j'ai acquis la réputation d'être un négociateur « dur mais loyal », et j'ai permis à mon employeur de réaliser des économies de coûts significatives...

Si vous êtes débutant, mettez en évidence ce qui, dans votre diplôme, vous distingue.

Mentionnez votre école, ou vos compétences, en explicitant la relation qui existe avec le poste proposé.

On vous jugera à la fois sur vos compétences, sur votre motivation et sur la pertinence de vos choix :

Diplômé de l'ISG, ayant passé un an aux États-Unis dans le cadre de ma formation, je recherche un premier emploi tourné vers l'export.

Titulaire d'un BTS, j'ai effectué un stage d'un an en tant que réceptionniste dans un hôtel cinq étoiles de New York. Ma maîtrise de l'anglais est donc parfaite.

Troisième partie : demandez un entretien

Votre lettre vise un double objectif : vous présenter et, ensuite, décrocher un entretien. Vous êtes l'homme – ou la femme – de la situation et vous demandez donc qu'on vous reçoive. Mais dans la pratique, cela est évidemment plus subtil !

Évitez à la fois la brusquerie et l'obséquiosité.

Ne soyez pas cavalier ! N'écrivez jamais de phrases de ce genre :

De passage à Paris dans quinze jours, je vous propose de nous rencontrer à ce moment-là...

Je me permettrai de vous appeler dans quinze jours afin de prendre un rendez-vous.

N'oubliez pas que vous êtes demandeur ni que vous êtes à la disposition du recruteur. Ce qui ne signifie pas pour autant que vous êtes un quémendeur. Il vaut mieux écrire, par exemple :

Souhaitant vous convaincre de mes compétences, je reste à votre disposition pour convenir d'un rendez-vous.

Ou bien :

Je me permettrai de vous appeler dans dix jours pour m'entretenir avec vous et convenir, si cela est possible, d'un rendez-vous.

Ou encore :

Si vous pensez que mes compétences sont de nature à me permettre d'être engagé par Federex, je serai heureux de vous rencontrer pour en discuter. Vous pouvez me contacter en soirée, à mon domicile.

« Surtout, n'oubliez pas d'appeler à la date indiquée.

Conclusion : la formule de politesse

La formule de l'en-tête doit être reprise intégralement dans la formule de politesse, comme par exemple : « Je vous prie d'agréer, Monsieur le Directeur, l'expression... » si vous avez utilisé « Monsieur le Directeur » en en-tête.

Il ne faut pas faire précéder votre formule de politesse de l'expression « Dans l'attente de... », « En vous souhaitant bonne réception... », ou « Dans l'espoir que ma candidature... », etc. Ces formules ampoulées sont de moins en moins utilisées de nos jours.

Soyez direct et sobre : nul ne pourra supposer que vous n'accordez vos salutations distinguées à votre destinataire que s'il retient votre candidature. Si vous répondez à un courrier, ne recopiez pas servilement la formule utilisée par votre correspondant : vous n'avez pas le même statut et n'êtes pas dans la même position que lui.

Par exemple, si votre correspondant utilise la formule « Veuillez agréer... », employez vous-même « Je vous prie d'agréer... », qui est nettement plus déférent.

- Évitez la familiarité et les formules comme :

Sincèrement, ou :

Veuillez recevoir mes cordiales salutations, etc.

- Évitez aussi les « sentiments », qu'ils soient « distingués » ou autres.

- Évitez l'effusion ou ce qui risque de l'évoquer. Soyez simple.

Utilisez la formule des « salutations distinguées », qui reste passe-partout, et permet d'éviter de froisser des susceptibilités très exacerbées.

- Ne dites pas « Je vous prie d'agréer à l'expression... » mais « ...d'agréer l'expression.... » ; pas plus que « Je vous prie de croire en l'expression... » mais « ...de croire à l'expression... ».

Voici enfin quelques formules de politesse couramment employées :

Je vous prie d'agréer, Monsieur, l'expression de mes salutations distinguées.

Je vous prie de croire, Monsieur, à l'assurance de ma considération.

Je vous prie de recevoir, Monsieur, l'expression de ma parfaite considération.

Je vous prie d'agréer, Monsieur (ou Madame) le doyen, l'expression de ma haute considération (ou de mes hommages les plus respectueux).

Je vous prie d'agréer, Monsieur (ou Madame) le professeur, l'expression de ma considération très distinguée.

Je vous prie d'accepter, Madame, l'expression de mes respectueux hommages.

LES ERREURS FATALES

Ne cherchez pas à tout dire

On ne le répètera jamais assez : une lettre dans laquelle vous vous étalez sur des pages et des pages ira à l'encontre de vos objectifs. Et au panier.

Votre lecteur sera irrité. Et il aura raison : vous n'aurez pas fait preuve d'esprit de synthèse.

Réfléchissez avant de rédiger votre lettre. Prenez votre temps, faites de nombreux essais.

Déterminez, d'une part, la spécificité de l'entreprise qui vous intéresse (son image de marque, ses produits, sa politique, etc.) et, d'autre part, pourquoi votre expérience répond aux besoins du poste.

Cela n'est pas tellement évident.

Demandez-vous quels sont vos points forts et quels sont vos points faibles. Vous trouverez, au terme de votre réflexion, la raison essentielle pour laquelle votre profil répond parfaitement à la demande.

Cette réflexion, ce bilan, constituent une étape indispensable. Consacrez-y le temps nécessaire. Cet investissement, dont l'intérêt n'est pas toujours évident de prime abord, vous permettra de présenter votre candidature dans les meilleures conditions.

N'essayez pas de tricher

La lettre d'accompagnement, comme le CV, ont pour but de vous « vendre ».

Ils doivent donc vous présenter sous votre meilleur jour.

Cela ne veut absolument pas dire que vous pouvez mentir.

La tricherie en matière de recrutement est une spécificité bien française, en décalage d'ailleurs avec ce qui se passe dans les autres pays européens latins. Faut-il y voir un complexe économique national, une tentation épistolaire vers la littérature (fiction ?). Notre propos n'est pas d'analyser cette tendance, mais de la combattre fermement. Il en va de la crédibilité de l'acte de candidature, en particulier, et de la maturité des rapports économiques en général.

À supprimer la suspicion en matière de recrutement, tout le monde sera gagnant.

Il ne faut ni broder, ni gonfler, ni tricher. Si vous n'avez pas un quelconque diplôme, ne dites pas que vous l'avez obtenu, même si vos compétences pourraient le laisser croire. Ne faites pas passer un séjour à l'étranger pour une mission d'importance.

N'embellissez pas la réalité, mais mettez en relief ce qui mérite de l'être dans votre parcours personnel.

Il ne sert à rien de mentir. Vous risquez de vous couper au cours de l'entretien d'embauche. Vous risquez aussi de tomber dans des questions pièges. L'entretien sert d'ailleurs en partie à cela. Faut-il vous apprendre, compte tenu de la relative importance des informations « enjolivées », que de nombreux recruteurs vérifient certaines de vos informations ? Faut-il vous dire que vous risquez enfin d'être démasqué quelque temps après avoir été embauché ?

S'il fallait insister sur ce point, sachez que toute l'énergie que vous consacrerez à cacher la vérité ne sera pas utilisée pour emporter l'adhésion. Or c'est bien de cela dont il s'agira au cours de l'entretien (exercice également appelé « 30 minutes pour convaincre ! »).

Ne donnez pas vos prétentions salariales

Il vaut mieux ne pas aborder la question du salaire dans votre lettre, même si on vous le demande.

Il faut que votre lettre soit absolument centrée sur vos compétences et sur vos motivations.

On ne vous tiendra pas rigueur de ne pas répondre à cette demande et de la reporter à sa juste place, c'est-à-dire à la fin de l'entretien.

N'évoquez jamais vos problèmes personnels

La lettre parle de vous, vous présente, mais elle n'est jamais subjective ni personnelle. Exposer vos contraintes familiales, par exemple, serait déplacé. En quoi cela intéresserait-il votre recruteur?

Ne dites jamais que vous n'êtes pas disponible immédiatement

Pour le moment, vous voulez décrocher un entretien.

Ne vous mobilisez que sur cet objectif.

Si vous n'êtes pas disponible immédiatement, il sera toujours temps d'évoquer ce point lors de l'entretien.

⋀ Ne faxer pas votre lettre, à moins que, pressé, le recruteur ne vous le demande expressément. N'envoyez pas, non plus, de photocopie.

LA FORME

Une lettre percutante, bien rédigée et bien présentée

Les conseils qui suivent vous sembleront peut-être superflus. N'en croyez rien. Notre expérience nous a montré combien la forme passait souvent avant le fond.

Notre société est une société de l'image, et une société qui va vite. Vous devez surveiller votre français, et écrire correctement ce que vous voulez dire.

Écrire vous paraît peut-être difficile. Peut-être avez-vous de mauvais souvenirs scolaires. Vous disposez pourtant de plus de ressources que vous ne le pensez.

Vous n'allez pas écrire un livre, seulement rédiger une lettre. Alors, n'oubliez pas que « Ce qui se conçoit bien s'énonce clairement ». Si vous savez ce que vous voulez dire, les mots viendront presque d'eux-mêmes.

Les difficultés que vous rencontrerez seront dues, surtout, à une absence d'analyse de votre part. Prenez le temps de réfléchir à votre problème.

Que voulez-vous prouver à votre destinataire ?

Quels sont les éléments de votre argumentation ?

Quels sont vos points forts ?
Quels sont vos points faibles ?
Il ne faut cesser de vous poser ces questions.

Quand vous avez effectué ce travail préalable de réflexion, et pris conscience de ce que vous voulez dire, il vous reste simplement à savoir comment.

Comment le dire ?

Ne craignez pas de faire un ou plusieurs brouillons, ni de les travailler. Rédigez, puis essayez d'être plus précis dans le choix des mots. Rédigez à nouveau, puis rayez les mots qui, à la relecture, vous paraissent inutiles. Économie et précision sont les deux règles majeures de la rédaction d'une lettre d'accompagnement. Entraînez-vous à la contraction de texte, telle que la pratiquent les étudiants.

Utilisez le plus possible le présent de l'indicatif. C'est le mode le plus direct et le plus simple.

Votre lettre doit être percutante

- Cela signifie que vous devez écrire des phrases courtes. Si une phrase est trop longue, coupez-la en deux. Une phrase, pour être lisible, doit être courte et ramassée. Sans tomber dans l'excès du style télégraphique, ne dépassez pas 40 mots.

- Cela signifie aussi que vous devez bannir les formules creuses, banales, vieillottes ou ringardes, comme :
Je sollicite par la présente...,
À la recherche d'un emploi, je me permets de vous adresser cette lettre de candidature...,
J'ai lu votre annonce dans Le Figaro...

- De même, bannissez les mots usés, dépassés, comme battant, goût du challenge, etc. Utilisez les mots qui ont cours aujourd'hui. Fuyez comme la peste les formules serviles, obséquieuses, larmoyantes, flatteuses. Fuyez toute subjectivité mal placée.

Par exemple :

Je sollicite de votre haute bienveillance... (C'est pompeux !).

IBM est un grand groupe international renommé dans le monde entier pour la technologie de ses produits... (on le sait! Le dire est naïf et... inutilement flagorneur).

Je cherche à investir mon dynamisme dans une équipe performante comme la vôtre... (ne sentez-vous pas que vous en faites trop ?).

Un confrère m'a même avoué écarter systématiquement les candidatures qui utilisaient des termes comme « aussi prestigieuse que la vôtre... ». Il ne s'agissait pas de sa part d'un dégoût pour les formules flatteuses mais, disait-il, d'un état d'esprit : « Ou bien il fait déjà partie de notre équipe, il me parle alors comme nous nous parlons, entre collaborateurs. Ou bien... ».

- Évitez tout ce qui n'est pas en votre faveur. Ne jetez pas toutes les informations sur la table.

N'oubliez pas que votre lettre doit être courte. Alors, ne dites pas que vous êtes au chômage depuis 1 an, ou que vous avez 56 ans. Évoquez plutôt votre compétence qui s'adapte le mieux aux besoins du poste ou de l'entreprise.

Et surtout, si vous êtes au chômage, il faut qu'on sente que vous avez gardé confiance en vous. N'employez pas de mots à connotation négative comme handicap, licencié, contraintes, etc.

Pour rédiger lettre et CV, il vous faut trouver les mots justes. Mais cela ne suffit pas, il faut, si possible, utiliser des mots positifs, des mots d'action.

- Attachez-vous, enfin, à fonder une de vos expériences réussies sur des résultats concrets, c'est-à-dire chiffrés. Le meilleur moyen pour se vendre n'est pas de faire son propre éloge mais de laisser les faits parler pour soi.

- Savez-vous que la plupart des recruteurs déclarent écarter toutes les lettres qui ont plus de cinq fautes d'orthographe ? Tous n'échappent pas à ce travers, et il est inutile, je pense, de dire qu'une seule est déjà de trop ! Alors, soignez votre style, relisez-vous, faites relire votre prose à quelques personnes de confiance, et ne vous fiez pas aux correcteurs automatiques qui équipent aujourd'hui la plupart des traitements de texte. À cette occasion plus qu'à toute autre, orthographe et syntaxe ne peuvent qu'être irréprochables !

Évidemment, une réponse rédigée en anglais peut adopter une présentation à la française, mais doit satisfaire aux mêmes exigences de qualité.

La présentation

Lettre manuscrite ou non ?

Faut-il envoyer une lettre manuscrite ?

Ou une lettre tapée à la machine, voire sur ordinateur ?

Tous les recruteurs s'accordent sur ce point : il faut systématiquement taper votre lettre sur machine électronique ou sur traitement de texte avec impression laser si possible. Vous donnerez de la sorte une image dynamique de vous-même. Celle d'un professionnel proposant ses services à une organisation professionnelle.

La lettre manuscrite accompagnant un CV fait vieux jeu. De plus elle donne, du chercheur d'emploi, une image pas très favorable. Vous ne quémandez pas un travail; vous apportez une solution à une entreprise. Ce conseil très ferme de notre part (jamais de lettre manuscrite) n'est d'ailleurs presque jamais suivi, dans une proportion moyenne de 8 lettres sur 10 : profitez-en, en utilisant votre plus beau traitement de texte, vous aurez 8 fois plus de chances de retenir l'attention de votre interlocuteur !

À propos de votre écriture...

L'analyse graphologique éventuelle ne s'effectuera généralement qu'à la troisième phase de votre recrutement, à la fin de l'entretien éventuel. Une courte lettre manuscrite vous sera alors demandée; vous pourrez avoir judicieusement apporté le double – manuscrit – de votre lettre d'accompagnement.

• Disons-le tout de suite, il est inutile de déguiser, ou de tenter d'améliorer son écriture. On ne change pas son écriture, du moins pour un graphologue ! Celui-ci a les moyens de vous débusquer.

• Essayez d'écrire lisiblement. Il ne s'agit pas de s'appliquer comme un écolier, mais d'au moins former vos lettres.

• Contrairement à ce qui se passe dans les autres pays, la graphologie a bonne réputation dans le nôtre en ce qui concerne le recrutement. Elle a d'ailleurs été inventée en France, au XIXe siècle.

Les graphologues s'appuient sur la combinaison de sept critères pour cerner la personnalité d'un candidat :

- la pression révèle le dynamisme,
- la vitesse indique le degré de maîtrise,
- la forme permet de mesurer les aptitudes,
- la dimension exprime la volonté d'affirmation de soi,
- la direction montre le degré de sociabilité et l'humeur,
- la continuité traduit la forme d'intelligence,
- l'ordonnancement (la mise en page, les espaces...) permet d'évaluer l'esprit d'organisation.

La qualité surtout

La lettre d'accompagnement doit être impeccable. Encore une fois, c'est d'elle tout d'abord dont prendra connaissance le recruteur. La première impression est très importante.

Faire une lettre irréprochable du point de vue de la présentation est la moindre des politesses. De plus, vous disposez favorablement votre destinataire, en lui évitant une lecture fastidieuse et peu agréable.

Les neuf règles d'une bonne présentation

1. Choisissez le bon papier

Un papier blanc uni, de format 21 x 29,7 centimètres et de 80 grammes, de qualité supérieure, est parfait. N'employez pas de papier quadrillé (trop scolaire) ni de couleur (fantaisie qui plaira peut-être dans les métiers de la communication, mais paraîtra désinvolte partout ailleurs).

2. Inscrivez vos coordonnées au bon endroit

Ces informations doivent figurer obligatoirement dans votre lettre même si on les trouve aussi dans votre CV. Ces deux documents peuvent être séparés. Indiquez sur la première ligne, en haut et à gauche, vos prénom et nom sans les faire précéder de la mention M., Mme ou Mlle. C'est démodé et présomptueux.

Faites figurer sur la deuxième ligne votre adresse, et sur la troisième votre (vos) numéro(s) de téléphone en précisant, éventuellement, les heures auxquelles on peut vous joindre.

Si vous branchez votre répondeur et que vous êtes en déplacement, appelez ce dernier au moins deux fois par jour, aussi longtemps que vous êtes en recherche d'emploi (un appel sans réponse dans la journée est un appel perdu, tous les commerciaux vous le diront). Enfin, inscrivez en dernier votre adresse électronique (e-mail)

3. Rappelez les références de l'annonce

Indiquez les références à gauche de votre lettre, sous vos coordonnées, en sautant quelques lignes.

Ce n'est pas obligatoire, mais c'est préférable, surtout s'il s'agit d'un cabinet de recrutement qui gère de nombreux dossiers.

4. Mentionnez le nom du destinataire, celui de sa société et l'adresse de cette dernière

Notez ces informations sous vos coordonnées, en sautant deux lignes, et sur la partie supérieure droite de la page.

5. N'oubliez pas la date

La date doit figurer en dessous des coordonnées de votre destinataire, quelques lignes plus bas.

Écrivez « Paris, le 20 mars 1999 », et non « Paris, le 20/03/99 ».

6. Commencez votre texte au premier tiers de la page

L'organisation matérielle de votre lettre doit répondre à certains principes. Laissez d'abord une marge de 3 à 4 centimètres à gauche et une autre, à droite, de 1 à 2 centimètres. Commencez ensuite votre texte au premier tiers de la page en laissant un espace supplémentaire de quelques caractères à partir de la marge. Cet espace se retrouvera au début de chaque paragraphe.

7. Ne vous trompez pas de correspondant

Essayez systématiquement de connaître le nom de votre interlocuteur; Pour cela donnez-vous la peine de faire quelques recherches téléphoniques, ou de recouper les informations incomplètes que vous pourrez obtenir. Pour trouver ce nom, vous pouvez téléphoner au standard de l'entreprise en vous faisant épeler le nom du destinataire ou consulter des annuaires professionnels. Vous pouvez aussi appeler un syndicat, une association professionnelle.

Imaginez recevoir 50 lettres par jour, 50 lettres qui vous sont destinées, mais qui ne vous sont pas nominativement adressées; gageons que vous lirez plus attentivement le correspondant qui s'adresse à vous, et non pas au responsable du recrutement.

Mais attention ! Il vaut mieux ne pas préciser que se tromper de nom, ou écrire un nom mal orthographié.

Si vous ne connaissez pas le nom ni le sexe de votre destinataire, commencez votre lettre par « Madame, Monsieur ».

Ne vous permettez pas le « Cher Monsieur », sauf si vous connaissez la personne.

8. Séparez les paragraphes

Sautez une ligne entre chacun des paragraphes de votre texte.

9. Signez votre lettre

Votre signature figure à gauche et assez près du texte de la lettre. Vous n'êtes pas obligé de la faire suivre de l'écriture typographiée de votre nom, comme cela se pratique dans beaucoup d'entreprises.

Utilisez de préférence une encre bleue : ce détail confèrera à votre document authenticité et originalité (près de 2 lettres sur 5 sont photocopiées, le nom de l'entreprise étant ajouté à la main, avant la fermeture de l'enveloppe !).

Les enveloppes

L'enveloppe dans laquelle vous expédiez votre courrier doit avoir un format à l'italienne, c'est-à-dire rectangulaire longue (votre feuille 21,5 x 29,7 cm doit tenir à l'intérieur, pliée en trois et en accordéon dans le sens de la hauteur). Tapez le nom du destinataire et son adresse à la machine, en justifiant à droite.

Prenez garde à ne pas glisser la lettre à l'envers dans l'enveloppe, et faites en sorte que le premier tiers supérieur de la lettre apparaisse à l'ouverture de l'enveloppe, c'est-à-dire rabat collant face au lecteur, face écrite vers le sol.

Sachez que le recruteur, ou son assistante, agrafera votre enveloppe à votre lettre et à votre CV. L'enveloppe fait donc partie de votre dossier, et vous ne devez pas la négliger. Une enveloppe catastrophe (petit format, timbre collé à l'envers, affranchissement insuffisant, mauvais positionnement de l'adresse...) vous coûtera de nombreux points.

Les lettres en réponse à une annonce : vous répondez à une demande

Le recrutement par (petite) annonce est la technique la plus « visible » de cette activité, car elle s'étale au grand jour dans les parutions nationales ou régionales, elles-mêmes diffusées à plusieurs dizaines, voire plusieurs centaines de milliers d'exemplaires. Les besoins sont clairement exprimés, de même que, le plus souvent, l'identité ou la spécificité de l'entreprise recrutante. Les éléments sont donc connus par le candidat.

Particularité française, subtilité de la rencontre entreprise/candidat ? Toutefois, cette technique ne couvre qu'environ 20 % des recrutements effectués en France.

Un récent colloque sur le recrutement, auquel j'assistai, conclut que la rareté des recrutements effectués par ce biais procédait de la dynamique suivante :

- les entreprises sont rarement expertes en communication, et les services de recrutement ne sont pas non plus les meilleurs communicants. Plus de la moitié des annonces d'offres d'emploi n'étant pas le fait des cabinets mais des services internes des entreprises, il en résulte souvent que ces annonces sont mal rédigées, incomplètes voire incompréhensibles ;
- les candidats ne « travaillent » pas les annonces, et ont tendance à répondre de but en blanc en exposant les qualités intrinsèques de leur candidature ;
- le résultat est qu'on assiste à un rendement d'environ 50 %, alors que ce mode de recrutement, exprimant normalement un besoin précis, devrait recevoir des propositions précises et adéquates.

Mais, que le candidat ait (bien) répondu à une annonce mal rédigée, incomplète ou incompréhensible, ou bien que le candidat est mal répondu à une annonce (bien) rédigée, le gestionnaire du recrutement fait ses comptes :

coût de la rédaction, de l'insertion, du dépouillement des très nombreuses réponses (une annonce cadre dans le journal L'Express génère entre 200 et 2 000 réponses !), la tentation sera forte et la décision souvent prise de ne pas privilégier ce mode de recrutement, au bénéfice du hasard (entendons, du point de vue de l'entreprise, les candidatures spontanées) ou du recrutement par le réseau.

On peut en conclure qu'il est essentiel pour le candidat de garder à l'esprit qu'il est là pour répondre à une demande. Et que l'on considérera toujours celle-ci comme précise.

Les grands principes de réponse à une annonce

La lettre d'accompagnement

Elle est donc la réponse à une demande.

En effet, vous avez sous les yeux l'énoncé d'un besoin, et la chance (nous le verrons plus loin par rapport aux candidatures spontanées) de savoir exactement ce que l'employeur recherche. Cette évidence fantastique est très souvent complètement occultée.

Vous répondrez donc point par point aux exigences exprimées.

L'acte de candidature

C'est ce qu'on appelle un acte de vente pure.

En effet, vous cherchez à vendre votre produit, vous connaissez les besoins de votre futur client, il faut donc que, tel un bon vendeur, vous mettiez en valeur les atouts de votre produit en répondant à tous les désirs ou à toutes les objections sous-jacentes de votre client.

Essayez « d'écouter » votre client, essayez d'imaginer les craintes, suspicions ou objections qu'il pourrait formuler face à votre produit qui n'est pas forcément celui qu'il recherche. Rassurez ses inquiétudes, confortez ses certitudes. Vous mettez en valeur les qualités du produit qui détermineront la décision d'achat.

Si vous n'avez pas réussi à valoriser les traits essentiels de l'acte d'achat, si vous êtes devenu intarissable sur les caractéristiques « inintéressantes » de votre produit, alors vous pourrez être sûr d'avoir raté la vente. C'est l'échec commercial.

Ciblez l'annonce qui vous convient

Personne n'a de temps à perdre : ni le recruteur ni vous-même. Ne répondez qu'aux annonces qui vous correspondent. N'oubliez pas que nous sommes dans une société hyper spécialisée et que l'entreprise n'échappe pas à cette tendance générale à la complexité.

Les postes ne sont pas interchangeable. Si vous êtes un vendeur, ne postulez pas pour l'administratif, même si vous croyez en avoir les capacités.

Cependant, une certaine souplesse subsiste. Vous pouvez tenter votre chance quand vous avez un profil légèrement éloigné de celui qui est recherché. D'autres facteurs peuvent, en effet, jouer en votre faveur. L'écart entre les exigences de l'annonce et l'« équation personnelle » de votre profil doit se situer dans les limites du raisonnable.

La technique du décodage

Pour être sûr de bien comprendre les besoins du vendeur, il faut analyser minutieusement le contenu et la présentation d'une annonce.

Sachez que la plupart du temps, ces annonces sont le fruit d'un travail extrêmement pensé, avalisé par les instances décisionnaires de l'entreprise, révélatrices à ce titre de quantité de pratiques, comportements ou exigences spécifiques à l'entreprise que vous souhaitez investir. De plus, compte tenu du court espace (maximum un quart de page) utilisé pour recruter, vous pouvez être sûr de la densité d'informations au millimètre carré !

En premier lieu, il est essentiel de déterminer avec précision les informations objectives qu'elle contient :

- le secteur d'activité
 - les types de produits ou de service
 - leur spécificités
- l'identité de l'entreprise
 - le nom
 - le chiffre d'affaires
 - les effectifs
- la fonction
 - l'intitulé du poste
 - le rattachement hiérarchique
- les principales missions
- le profil du candidat recherché
 - l'âge
 - la formation
 - les expériences
 - les langues étrangères
 - l'outil informatique
- le lieu principal du poste et/ou les déplacements éventuels
- le niveau de rémunération et les avantages annexes.

Certaines petites annonces, dites franches, désignent la société ou l'entreprise qui recherchent un collaborateur. D'autres, dites anonymes, passent par un cabinet de recrutement. On ne sait alors pas à qui l'on s'adresse. Ces annonces représentent plus de la moitié des parutions.

Qu'elles soient anonymes par souci de discrétion concurrentielle ou que le choix d'un cabinet soit dicté par un souci d'efficacité et de professionnalisme, peut vous importe : il convient de dépasser ce handicap et d'obtenir par tous les moyens possibles l'identité de l'entreprise. Faites-vous adresser une plaquette reprenant la liste des clients du cabinet, appeler le cabinet au téléphone pour en savoir plus, faites-vous passer pour un concurrent.

Quoi qu'il en soit, le décodage de l'annonce a pour objectif de faire, au mieux et si possible, correspondre les besoins du poste recherché et une caractéristique majeure de votre profil.

En même temps que vous décoderez l'annonce même, vous chercherez à rassembler le maximum d'informations sur l'entreprise ou le secteur d'activités dans lequel elle travaille : votre lettre d'accompagnement, même si elle ne contient qu'un petit élément récolté dans votre documentation, n'en sera que plus intéressante, persuasive et « acuate » comme disent les Américains, c'est-à-dire apportant à point nommé une information ou une précision tendant à montrer que le candidat est vraiment l'homme ou la femme de la situation.

Enfin vous essaieriez, à travers une analyse esthétique de l'annonce (taille, encadré, typographie, accroches, style et vocabulaire employé, utilisation de logo ou d'illustrations) de déterminer le style de l'entreprise, de sa

communication, et de le rapprocher des entreprises du secteur ou des entreprises dans lesquelles vous avez travaillé ou pour lesquelles vous avez postulé. Cette analyse, bien qu'incertaine, vous aidera à vous faire une idée plus précise du client à qui vous aurez l'immense avantage de vendre votre candidature.

Technique d'élaboration de réponse

Une bonne technique, ayant fait ses preuves, consiste à tracer un grand tableau, sur une feuille de format A3, et de délimiter deux grandes colonnes. Vous remplirez ce tableau en ayant à l'esprit le processus « vendeur » tel qu'expliqué plus haut. Dans la colonne de gauche, vous recenserez les besoins du recruteur, et dans la colonne de droite, vos propres qualifications. Vous analyserez ensuite l'annonce, ligne par ligne, en inscrivant dans la colonne de gauche les exigences spécifiques de l'employeur, et en respectant l'ordre dans lesquelles ces exigences sont inscrites.

Essayez de lire entre les lignes : des termes comme « doit avoir », « préfère », « hautement souhaitable » fournissent des indices sur la valeur que le recruteur attache aux exigences décrites, et qu'il ne veut pas toujours mettre crûment en valeur.

L'ordre des éléments demandés est également révélateur de leur importance, ou de l'importance relative que le recruteur place dans ces valeurs.

Cette analyse simple aura le mérite de vous faire décortiquer l'annonce, de vous éviter d'oublier des réponses en route et de rendre votre lettre d'accompagnement totalement efficace.

Rédaction de la lettre

Il est incontournable d'inclure un certain nombre d'éléments indispensables dans la réponse que vous allez fournir à votre futur employeur. Ainsi vous devrez mentionner obligatoirement :

- la référence de l'annonce,
- l'expression de votre intérêt pour le poste à pourvoir,
- la confrontation des qualifications ou expériences demandées et votre propre vécu,
- une demande d'entretien,
- une formule de politesse, comportant des remerciements.
-

Le style de rédaction peut également vous aider à rendre votre lettre plus efficace :

Le style « technique »

Il consiste à préciser que le candidat peut répondre à toutes les exigences formulées dans l'annonce. Dans ce cas, la rédaction sera méthodique : chaque exigence recevra sa réponse, à la suite ou en face. Ce style aide l'employeur à trier rapidement les candidatures et, bien sûr, à retenir la vôtre, puisque vous avez pu « cocher toutes les cases ». Normalement, vous avez gagné une proposition d'entretien.

Le style « littéraire »

Il consiste à « enrober » dans une formulation plus ambiguë, une partie des qualifications que vous possédez, en laissant entendre que vous possédez peut-être (sûrement ?) les autres. Il peut être utilisé quand la candidature ne peut pas répondre exactement à toutes les exigences formulées dans l'annonce. Comme dans le style précédent, le rédacteur devra esquisser un parallèle entre ses qualifications et celles demandées.

Évidemment, et c'est le but du jeu, il apparaîtra de façon moins évidente que certaines qualifications manquent à l'appel.

Ce style demande une bonne technique rédactionnelle, un certain talent littéraire, mais offre l'avantage de « noyer » la lisibilité trop brutale d'une mise en valeur « technique », ce qui reviendrait à vous expulser de la procédure.

L'élaboration du tableau vous aidera grandement à vérifier si toutes les exigences ont une correspondance, et par conséquent quel style choisir.

Vous trouverez dans les exemples de lettres qui suivent l'utilisation indifférente de ces deux styles, la plupart du temps utilisés avec bonheur par les rédacteurs sélectionnés.

Conseils pratiques

Enfin, pour terminer, voici quelques conseils pratiques formulés à l'encontre de questions qui reviennent souvent dans les propos des candidats en proie aux douleurs rédactionnelles.

- L'exigence d'un diplôme correspond assez souvent à un niveau de formation. Quand une annonce contient une demande de Formation ingénieur, sans préciser Diplôme d'école d'ingénieur, il suffit peut-être d'un Niveau ingénieur.

Si vous avez plusieurs années d'expérience en tant que technicien dans ce domaine d'activité, vous avez des chances de voir votre candidature prise en considération. Certains recruteurs accordent plus d'importance à la personnalité et à l'expérience d'un candidat qu'à ses diplômes.

De même, quand une annonce précise HEC, vous avez des chances raisonnables si vous sortez d'une autre grande école de commerce ou si vous êtes un universitaire de niveau bac + 5 en Sciences économiques. Ou bien encore, si on exige un BTS ou le bac, et si vous êtes un autodidacte mais que vous avez une expérience certaine, votre candidature est recevable.

- Une certaine imprécision vous permet de tenter votre chance

Si 3 à 5 ans d'expérience sont exigées et que vous n'en possédez que 2, il est possible de tenter votre chance, à condition que votre expérience ait été réussie. L'utilisation du style littéraire sera alors vivement conseillée.

La mention Bonne connaissance de l'anglais ne signifie pas Anglais impératif. Mais l'entreprise formera peut-être le candidat s'il présente des qualités évidentes.

- Le sexe et l'âge ne sont pas toujours des impératifs absolus

L'âge peut varier : vous pouvez avoir 5 ans de plus ou 2 ans de moins, par exemple. Cela ne sera pas décisif. De même, la différence de sexe, aujourd'hui, n'est pas aussi importante qu'elle a pu l'être.

- Si vous n'avez pas le profil idéal, ne vous découragez pas

La connaissance de plusieurs techniques de pointe, ou la connaissance de plusieurs langages informatiques peuvent être exigées. Une telle annonce vise le candidat idéal; mais si vous approchez de cet idéal, vous faites l'affaire.

Vous n'êtes pas obligé de connaître toutes les techniques énoncées. Là aussi,

votre talent littéraire pourra vous soulager de la pression infernale de la formule « Non qualifiés s'abstenir ».

• Que signifie une annonce un peu floue ?

Certaines formulations, assez vagues, comme « Vous avez l'esprit d'équipe », font davantage appel à des qualités psychologiques, humaines, qu'à des compétences techniques. Cela ne veut évidemment pas dire que les compétences ne sont pas exigées, mais qu'on ne veut pas donner une définition trop précise du poste. Soit parce que le poste n'a pas de contours bien nets, soit parce qu'il est défini par de nombreux critères.

Si vous répondez à une annonce de ce type, tenez compte des zones d'ombre qui l'entourent. En d'autres termes, imaginez les différentes possibilités qu'elle contient pour être prêt à affronter l'entretien si vous le décrochez. Votre réponse pourra être aussi vague que la question.

• Dans tous les cas, efforcez-vous de répondre précisément aux points évoqués

Votre réponse, pour être crédible, ne souffre pas les approximations ou le flou artistique. La petite annonce a des exigences précises, elle vise un poste précis. Il faut donc que vous répondiez de manière adéquate. Il ne suffit pas d'être un commercial pour vendre des encyclopédies ou, c'est évident, un manager pour diriger une banque.

Parfois, la rédaction des annonces, par leur aspect attractif ou restrictif, peut vous inciter à être plus agressif que vous ne l'êtes habituellement.

Vous pouvez essayer ce type d'accroche :

J'ai dirigé le service médias d'un des premiers annonceurs pendant quatre ans. J'étais, à ce titre, responsable pour l'ensemble du groupe de l'achat d'espaces et de la gestion d'un budget global publicitaires de 500 MF.

Ou même, pourquoi pas :

Être autodidacte en 2001, est-ce une tare ? C'est la question que je me pose à la lecture des petites annonces qui ne recherchent, dans leur majorité, que des diplômés de grandes écoles. Votre annonce fait exception, me semble-t-il, et ses termes m'incitent à vous proposer ma candidature.

Ou encore :

La faiblesse de ma formation ne doit pas cacher mes réalisations professionnelles. En activité professionnelle, depuis l'âge de 17 ans, j'anime actuellement une équipe de 20 personnes. Nous avons mené à bien ensemble, l'année dernière, 5 chantiers d'une valeur de 7 KF.

Vous pouvez recopier mot à mot la demande, par exemple : « Recherchons analyste-programmeur, 5 ans d'expérience, ayant travaillé sur CYBER 2008... », et répondre :

Je suis analyste-programmeur et j'ai quatre années d'expérience, essentiellement sur site d'exploitation. Je connais bien le CYBER 2008 pour avoir...

Il faut à tout prix que votre lettre rejoigne la bonne pile

Tous les moyens sont bons, ou presque. Comme nous l'avons vu, vous avez en moyenne 30 secondes pour passer l'obstacle du premier jugement, et si vous répondez à la demande formulée dans l'annonce au cours des 5 premières lignes de votre lettre, vous avez de bonnes chances de satisfaire au premier tri. Il y en aura d'autres bien sûr, mais ce premier tour est fondamental.

Les lettres choisies et proposées ci-après ne reprennent pas l'ensemble des conseils donnés. Elles répondent en revanche aux critères suivants :

- Réponse à une annonce

Pour vous permettre de les analyser, de les comparer ou de vous en inspirer, nous avons reproduit le principe de l'annonce à laquelle cette lettre est destinée.

- Obtention d'un entretien

Ces lettres ont fait mouche. Leur qualité rédactionnelle aussi bien que la réalité du profil proposé ont su convaincre leur interlocuteur.

- Élément fondamental

Ces lettres ne sont pas exemptes de défauts, mais chacune contient au moins un élément que nous avons pu mettre en avant dans les paragraphes qui précèdent, à titre d'élément fondamental à leur bonne efficacité.

La candidature spontanée

La candidature spontanée est une technique assez utilisée, qui a le privilège de laisser une grande initiative et une forte marge de manœuvre au candidat, et qui permet de satisfaire en moyenne 20 à 25 % des emplois cadres (rappelons que près de 70 % des emplois sont trouvés hors annonces, en premier lieu grâce au réseau relationnel, puis par candidature spontanée).

La candidature spontanée est aléatoire, puisqu'elle ne répond pas à une demande formulée. Vous ne savez pas du tout si l'entreprise ou le cabinet de recrutement auxquels vous vous adressez ont besoin de vous, mais vous faites le pari qu'une opportunité favorable se présentera.

Les 7 étapes d'une bonne approche

Pour mettre toutes les chances de votre côté, le mieux est de vous inspirer des techniques du marketing direct, qui hiérarchiseront votre approche de cette technique :

1 • La nécessaire mise en œuvre de moyens importants

La candidature spontanée est une « grosse » opération, nécessitant des moyens importants, en argent comme en temps, en outils d'investigation, etc. Cette technique de candidature est coûteuse en efforts, mais se révèle relativement productive. Il ne faut pas oublier en effet que pour obtenir un entretien d'embauche, il suffit d'une seule réponse favorable. Si le poste convient et offre une opportunité de carrière intéressante et rémunératrice, on pourra en conclure qu'elle est plutôt rentable.

Elle convient surtout aux personnes qui souhaitent faire l'approche de leur futur travail de façon très autonome et rééquilibrer à leur profit l'acte de recrutement par trop souvent dirigé uniquement par le recruteur. Cette notion d'ailleurs assez moderne est née au début des années 70, quand la conscience « participative » ou « partenariale » des candidats s'est fortement développée, contrebalançant ainsi des pratiques d'entreprise très autoritaires. Le choix des entreprises sélectionnées, l'éviction des secteurs à image forte ou, à l'opposé, le ciblage de secteurs « à forte communication ajoutée » encourage et favorise une plus grande maturité des actes de candidature.

Bloc-notes

Votre opération nécessitera :

- Un temps de ciblage important.
- Une recherche lourde et difficile des coordonnées, le plus souvent onéreuse (plus l'information est « qualifiée » et plus elle coûte cher).
- Un gros travail de rédaction personnalisée.
- Des moyens de mailing assez lourds à l'échelle individuelle : édition des courriers, adressage, routage, relances.

2 • L'acceptation d'une faible rentabilité apparente

En effet, et tous les professionnels du marketing direct vous le diront, il est normal et courant qu'une campagne bien préparée voit remonter des taux de retour de l'ordre de 3 à 5 %. À l'échelle individuelle, eu égard à la part que prend l'affect dans une telle campagne, le résultat ne peut qu'apparaître décevant. C'est pourtant la loi du genre, et il faut que vous le sachiez avant d'entreprendre toute action de ce style.

De plus, les rendements diminueront avec l'état du marché du travail dans le secteur choisi : dans des marchés aujourd'hui déprimés (comme le textile), les rendements descendent en dessous de 3 % ; dans les marchés en forte croissance (comme les télécommunications ou l'informatique), les rendements peuvent dépasser les 7 à 10 %. Enfin, il faut savoir que les taux de retours baissent inversement proportionnellement aux qualifications et expériences des candidats : plus la recherche s'oriente vers des responsabilités élevées, plus le taux de retour sera faible. Si vous faites partie de ces candidats, il vous faudra faire des mailings très importants.

Bloc-notes

Voici quelques données sur une campagne moyenne de candidature spontanée.

- Secteur : largeur moyenne/faible.

Par exemple, les produits cosmétiques (par différence à un secteur large, comme par exemple les industries mécaniques).

- Adresses ciblées : environ 500.

- Recherche et recoupement des informations (vérification des adresses, noms des destinataires, recueil d'infos sur l'entreprise ou le secteur ciblé, etc.) : environ 25 jours complets.

- Rédaction des 500 lettres personnalisées : environ 15 jours.

- Temps de réponse : 30 à 50 jours.

- Retour : entre 15 et 25 réponses.

- Transformation en entretien : 5 à 10.

- Offres fermes d'emploi : entre 2 et 3.

- Budget (fichier, édition, adressage, routage) : de 3 000 à 4 000 F.

3 • Le choix de la bonne cible

L'inconvénient d'une candidature spontanée est évident : rien ne prouve que le moment choisi est le bon (sachez, à ce propos, que la meilleure période de recrutement s'étend généralement d'avril à juin). En outre, une candidature spontanée sans recommandation doit cibler les entreprises après qu'aient été menées à bien les tâches consistant à s'informer sur elles, connaître leurs produits, leur image de marque, leur politique, leurs besoins, savoir si possible à qui adresser sa lettre, etc.).

Bloc-notes

N'oubliez pas de tenir compte des deux règles que nous avons énoncées précédemment :

- Le ciblage des entreprises.

- La personnalisation du courrier : faites une accroche en rapport avec la société à laquelle vous écrivez.

4 • Où et comment s'informer

La presse

Lisez la presse professionnelle et la presse économique. Achetez les journaux ou consultez-les dans les bibliothèques publiques, ANPE, APC, chambres de commerce, etc.

Utilisez les guides en vente sur des sélections d'entreprise¹.

La presse professionnelle vous donnera une foule de renseignements sur la politique, l'état de santé, les projets des entreprises. Cette lecture aura un avantage connexe, non négligeable même si ses effets ne sont pas directs, ni instantanés : elle vous mettra dans le bain.

Internet

Le gigantesque réservoir d'informations qu'est Internet ne peut être mis de côté par le chercheur d'information. Encore faut-il savoir se servir de cet outil exceptionnel. Vous trouverez au chapitre 6 une introduction à Internet, que vous complèterez par la lecture d'ouvrages spécialisés sur ce sujet.

Les organismes

Les associations d'anciens élèves et tous les organismes professionnels sont également susceptibles de vous donner les précieuses informations qui vous sont indispensables. Elles possèdent souvent un service de documentation. N'hésitez pas à aller vous informer !

Ces démarches ne sont pas une perte de temps : elles vous permettent non seulement d'obtenir les renseignements dont vous avez besoin mais de vous donner une culture de « chercheur d'emploi qui va gagner ». Votre motivation se fera plus précise, vos connaissances plus rigoureuses, votre vocabulaire plus riche.

Les relations

Enfin, n'oubliez pas les relations que vous avez ou que vous pouvez vous faire dans les salons professionnels, les forums, etc. Ces relations peuvent vous permettre de vous recommander d'elles, et cela constitue un avantage non négligeable. D'abord, vous savez à qui précisément vous adresser; ensuite, vous n'êtes plus tout à fait un inconnu.

Vous utiliserez cette recherche pour obtenir une information importante, incontournable : le nom de votre correspondant.

Le nom et le titre de votre correspondant – information incontournable – sont des éléments fondamentaux pour qu'une lettre d'accompagnement, qu'elle soit en candidature spontanée ou en lettre de réseau, soit efficace.

Premier principe

N'envoyez jamais votre courrier au service du personnel ou du recrutement. Ces derniers sont en effet noyés sous le flot de candidatures spontanées ou non qui arrivent quotidiennement. De plus, ces services sont souvent en sous-effectif, ce qui diminue sensiblement l'attention qu'ils pourront porter à votre courrier. Enfin, les services « du personnel » ne sont pas toujours informés des besoins ou capacités d'embauche de certains services, mais servent encore la plupart du temps, surtout dans les PME et PMI, à répondre techniquement à une demande de recrutement que le service demandeur n'a pu ou n'a pas voulu effectuer par lui-même.

Deuxième principe

Cherchez les « emplois cachés », c'est-à-dire ceux qui n'ont pas encore été officiellement déclarés comme non pourvus et pour lesquels aucune campagne active de recrutement n'a encore été déclenchée. Les services « officiels » de recrutement ne sont pas toujours informés des disponibilités, même « officielles » de postes dans l'entreprise. De même, le service du personnel ignore souvent les disponibilités envisagées par les différents chefs de service mais non encore rendues publiques.

Ce phénomène pourrait représenter près de 30 % du marché total de l'emploi. Les études montrent de plus que ces emplois « cachés » sont généralement pourvus avant d'être connus par le biais des petites annonces ou des cabinets de recrutement. CQFD : il vous faut aller chercher ces emplois cachés, en adressant directement votre courrier aux directeurs de département ou chefs de service. La réception de votre lettre d'accompagnement et de votre CV pourrait bien être le déclencheur d'une convocation directe à un entretien. Vous aurez éliminé toute l'étape de sélection !

Bloc-notes

Rechercher le nom de votre correspondant ou chercher les emplois cachés d'une entreprise revient sensiblement à la même opération : il vous faudra pénétrer l'entreprise au cours d'une investigation souvent difficile.

• L'enquête

Elle commence par votre réseau qui, interrogé, vous permettra peut-être en bout de chaîne de savoir que le service des Études recherche, sans rechercher vraiment, un ingénieur comme vous. Vos contacts auront pu vous donner le nom du chef du département, le décisionnaire qui a besoin d'une collaboration nouvelle, et qui vient juste d'obtenir de la part de sa direction l'autorisation (rarissime !) d'accroître la masse salariale de ce département. Viennent ensuite les informations dispensées par les branches professionnelles, les syndicats, les groupements économiques, les ministères, etc. Savoir décrypter les informations publiées dans les journaux économiques permet d'obtenir une foule de renseignements précieux, ou de pistes intéressantes à suivre. Exemple : la nomination d'un nouveau directeur d'une nouvelle branche restructurée va certainement poser le problème des collaborations. Certaines personnes ont suivi l'ancien directeur, ce nouveau directeur a peut-être une vision très différente des responsabilités et tâches effectuées dans ce département, etc. Il convient d'imaginer puis éventuellement de poser des questions.

• Le téléphone

Sous prétexte de courrier à envoyer, cherchez à joindre la secrétaire du service qui vous intéresse. Non seulement elle vous donnera le nom du destinataire de votre courrier mais, habilement questionnée, vous laissera peut-être entendre que le bureau d'études en question est débordé.

• Les rencontres

Investissez les colloques, symposiums et autres cocktails du milieu professionnel qui vous intéresse. Transformez-vous en attaché de relations

publiques et engagez la conversation avec le plus de personnes possible. Il est bien rare que des conversations animées autour d'un verre ne se terminent pas par l'échange de cartes !

- Les publications professionnelles du secteur

Pas une information, pas une nomination ne doivent vous échapper. Vous ferez des fiches, pour vous permettre de mémoriser, et de placer par la suite, au bon moment, le nom adéquat dans l'entretien décisif. Je vous l'avais bien dit : la recherche d'emploi est un super-job à temps complet !

- L'organigramme de l'entreprise

Une méthode empirique, pour trouver le nom du contact qui vous intéresse, consiste également à choisir dans un organigramme d'entreprise la personne qui se situe à un échelon hiérarchique au-dessus de celle pour qui vous souhaitez travailler. Si vous ne parvenez pas à l'identifier, choisissez le nom du directeur du département qui vous intéresse.

5 • Les particularités de la lettre d'accompagnement

Il convient tout d'abord de dire que les proportions des personnels recrutés, concernant ce marché « spontané », se partagent pour 60 % par le contact direct des entreprises, et pour 40 % par le biais des cabinets de recrutement.

Le contact direct et le principe de valeur ajoutée

C'est dans ce principe que réside l'essentiel de la différence d'approche entre une lettre d'accompagnement destinée à un cabinet de recrutement, et celle destinée à contacter directement une entreprise.

Les entreprises sont à la recherche de collaborateurs capables d'obtenir des résultats précis, susceptibles d'ajouter de la valeur à leur entreprise. Quand le poste est décrit, cela ne pose pas de problème, il suffit de valoriser sa candidature, en termes de valeur ajoutée, par rapport aux exigences formulées. Quand la candidature est spontanée, le poste n'est pas décrit. Il convient donc de rechercher quels sont les résultats globaux, quelles sont les aptitudes humaines et techniques publiquement recherchées par l'entreprise pour les extrapoler et les appliquer aux définitions d'un métier ou d'une tâche précise, celle qu'il vous intéresse de remplir.

Votre lettre d'accompagnement devra absolument « coller » à cette exigence en démontrant que vous apportez une valeur supplémentaire.

Cherchez à savoir quels sont les objectifs généraux de l'entreprise (ceux-ci sont souvent diffusés largement, dans le cadre de sa politique de communication externe). Décryptez les publicités, les petites annonces (même si elles ne vous concernent pas directement), interrogez les collaborateurs de l'entreprise. Essayez de répondre, dans votre lettre, aux questions suivantes :

- Quelles sont les responsabilités imaginables à pourvoir dans ce département ?
- À l'intérieur de ces responsabilités, quels sont les résultats qui peuvent intéresser l'entreprise ?

– Pour chacune de ces responsabilités, ou domaines clés, de quelles réalisations ou expériences importantes pouvez-vous vous prévaloir, en exprimant systématiquement la valeur ajoutée par votre propre action ?
Si vous êtes plutôt débutant, ou sans grande expérience professionnelle, vous pouvez également vous poser les questions suivantes avant de rédiger votre lettre :

- Quels problèmes importants et spécifiques au département convoité peuvent exister ?
- Quelles connaissances ou aptitudes seraient requises pour résoudre ces problèmes ?
- Avez-vous ces connaissances ou aptitudes ?
- Quelles preuves pourriez-vous apporter pour démontrer votre capacité ?

Le contact indirect

Pour les actes de candidature via les cabinets de recrutement, le concept de la valeur ajoutée est moins présent. En effet, si l'objectif des entreprises est de trouver des individus très qualifiés et susceptibles d'ajouter de la valeur à leur organisation, le cabinet de recrutement est davantage préoccupé par la coïncidence des qualifications du candidat avec les exigences de l'entreprise cliente, car cette dernière a, elle, décrit précisément le profil du candidat qu'elle souhaite recruter.

Le cabinet ne se souciera que dans un deuxième temps de la valeur ajoutée que pourrait apporter le candidat, une fois les critères objectifs de recrutement remplis.

Peut-on se demander si les cabinets de recrutement ne privilégient pas davantage le CV à la lettre d'accompagnement ? C'est probablement exagéré, même si la préoccupation exprimée plus haut est certainement omniprésente. Ce serait cependant écarter le fait que les cabinets de recrutement sont des professionnels du recrutement, et que par-là même ils utilisent toutes les pièces à leur disposition pour se faire une idée la plus juste possible du candidat.

En résumé, on peut dire que la lettre d'accompagnement d'une candidature spontanée auprès d'un cabinet est autant un véhicule du CV qu'un argument de vente de cette candidature. En tout cas, il ne faudra pas la négliger, mais la concevoir dans son rôle d'« accompagnatrice » du CV et de mise en coïncidence des aptitudes avec les exigences formulées par l'entreprise.
L'importance de la qualité de rédaction

On ne le dira jamais assez : la composition et la rédaction de la lettre d'accompagnement revêtent la plus haute importance quant au succès de la stratégie de candidature spontanée. Bien construite et bien rédigée, elle améliore le taux de réponses et augmente sensiblement vos chances d'obtenir un entretien. Mal construite ou mal rédigée, elle diminue le nombre des retours et réduit, voire élimine vos chances d'obtenir un entretien d'embauche.

6 • Le découpage de la lettre d'accompagnement

Votre lettre devra obligatoirement comporter les éléments suivants :

- Un exposé de votre objectif de recherche d'emploi (poste recherché) ou des raisons motivant un changement de carrière.
- Un paragraphe sur votre expérience, vos qualifications, suivi de la mise en valeur de vos réalisations significatives dans les domaines reconnus pour occuper de manière satisfaisante le poste désiré. C'est le paragraphe de « vente » ou de « valeur ajoutée ».
- La demande de prise en considération de votre candidature lors de l'attribution d'un poste : le souhait que votre courrier soit lu dans l'éventualité d'un poste à pourvoir dans la catégorie...
- Les remerciements vis-à-vis de l'attention qui y est accordée avec, éventuellement, l'énoncé des modalités de contact.

Tous ces éléments figurent peu ou prou dans les exemples qui suivent. Il convient de vous en inspirer pour rédiger votre propre lettre.

7 • Les formules d'introduction

Ayant remarqué la difficulté que rencontraient la plupart des candidats lors de l'amorce de la rédaction de leur lettre d'accompagnement, voici quelques exemples de formules d'introduction dont vous pouvez vous inspirer, et qui ont retenu l'attention des professionnels du recrutement :

Michel LEBAUD, votre directeur d'agence de la région Auvergne, m'a suggéré de prendre contact avec vous au sujet de la prochaine vacation de poste au sein de votre équipe commerciale.

Un récent article paru dans Le Monde évoque votre volonté de vous implanter dans les pays asiatiques. Ayant moi-même séjourné quatre ans à Singapour pour le compte de la BNP, et possédant un carnet d'adresses fort riche, je souhaiterais contribuer à votre réussite.

Mon expérience d'ingénieur de production chez BSN-Perrier devrait intéresser votre entreprise au moment où vous démarrez votre nouvelle unité d'embouteillage.

Au cours des trois années passées dans le cabinet comptable BBM, comme chef comptable, j'ai été responsable des dossiers des huit plus importants clients du cabinet, dont le groupe AUCHAN.

La croissance régulière de votre société, malgré les difficultés actuelles du marché, a soulevé mon intérêt. Je souhaite mettre mon expérience au service de votre équipe de vendeurs.

André LAMBERT, votre directeur financier, m'a conseillé de vous contacter en vue d'une prochaine création de poste au sein de vos services de contrôle de gestion.

Souhaitant vous convaincre plus avant de ma motivation, je me tiens à votre disposition pour un premier entretien.

Mon CV présente mon parcours et mes réalisations mais ne rend pas compte de mon dynamisme ni de ma détermination. Seul un entretien pourrait vous permettre d'en juger.

Et pour finir :

J'aimerais que vous m'accordiez une demi-heure pour parler de votre marché et de ses perspectives, que je connais particulièrement bien. Je me permettrai de vous appeler...

Pour une meilleure lisibilité, nous avons regroupé au début toutes les candidatures spontanées à destination des cabinets de recrutement, suivies des candidatures spontanées à destination des entreprises.

La lettre de réseau

Tout le monde s'accorde sur un fait : 70 % des emplois sont obtenus grâce à la mobilisation de contacts personnels.

Le principe du réseau fonctionne de la manière suivante :

- Vous constituez votre réseau en rencontrant le maximum de personnes susceptibles de s'intéresser à vous.
- Ces personnes vous livrent elles-mêmes des pistes ou des informations, vous recommandent éventuellement pour que vous présentiez dans les meilleures conditions une candidature spontanée, et vous font connaître d'autres personnes qui pourront à leur tour devenir membres du réseau.

La mobilisation d'un réseau fonctionne sur le modèle des chaînes de lettres : vous contactez sept personnes de votre entourage proche qui ne vous refuseront pas un entretien, même si leur métier n'est pas directement lié à celui que vous exercez, ou que vous voulez entreprendre; puis vous demanderez à chacune un contact « interview » qui appartient à leur réseau proche. Vous déterminez si cette personne doit faire partie de votre réseau, et vous sollicitez un rendez-vous, grâce à cette introduction.

Exemple

Vous avez sélectionné une personne que vous aimeriez voir faire partie de votre réseau. Vous lui demandez de vous recevoir très brièvement (une demi-heure environ). Vous la questionnez sur son métier. Les gens sont généralement diserts à cette occasion. Pendant la conversation, vous restez en éveil pour détecter des pistes.

À un moment bien choisi, vous demanderez à votre interlocuteur s'il connaît dans son entourage quelqu'un qui pourrait vous mettre sur une piste. Le plus souvent d'ailleurs, cette question vient naturellement dans la conversation, sans que vous ayez besoin de la poser. Ne sous-estimez aucune piste ! N'oubliez pas que vous comptez aussi sur le hasard.

Avant de quitter votre interlocuteur, laissez-lui une « carte de visite », une sorte d'aide-mémoire auquel il se référera si une opportunité se présente.

Ce qu'il faut faire

- Ne pas abuser de la gentillesse de votre interlocuteur. Après tout, il vous reçoit parce que vous venez de la part d'untel, mais son temps est aussi précieux que le vôtre !
- Laisser la personne parler de son métier, de ses relations, même si elles sont éloignées de vos préoccupations. Ne cherchez pas à « tirer » votre interlocuteur vers le métier qui vous concerne.
- Éviter de vouloir faire flèche de tout bois, notamment au stade de la sélection des contacts : votre démarche sera d'autant plus efficace qu'il y aura une véritable cohérence entre votre métier, votre démarche et le métier ou l'expérience de votre contact.

Ce qu'il ne faut pas faire

- Vouloir à tout prix laisser votre CV. Sachez que vous ne ferez ceci que lorsque votre interlocuteur vous le demandera expressément.
- Insister sur les relations qui vous lient, ou qui lient votre interlocuteur avec le contact précédent, celui qui vous a permis de rentrer en relation. Vous ignorez en effet quel est le type de relation qui existe entre ces deux personnes, d'autre part votre interlocuteur ne peut qu'imaginer le type de relation existant entre vous et le contact. Soyez donc sobre, faites référence rapidement, lors de votre entretien, au lien qui vous unit (vous l'aurez d'ailleurs mentionné dans votre lettre) et attaquez le corps du débat, ce qui évitera à votre interlocuteur d'être éventuellement mal à l'aise.
- Tenir des propos trop familiers (cf. paragraphe ci-dessus). Soyez professionnel, même si l'origine de votre contact est amicale, voire familiale.

Rédaction de la lettre d'accompagnement

L'objectif de cette lettre est double :

- Préparer une attention bienveillante en faisant référence à un contact connu et positif.
- Donner une information suffisante sur vous-même afin de permettre au destinataire de cette lettre de vous situer professionnellement, et donc de vous donner des contacts ou des renseignements utiles à votre démarche, ou de pouvoir parler de vous à un autre contact que vous voudriez solliciter.

Soyez attentif, lors de la rédaction de votre lettre, à bien respecter ces objectifs, car n'en pas tenir compte, ou en tenir compte imparfaitement, risque de nuire à votre stratégie : d'une part vous aurez échoué, d'autre part vous aurez risqué de mettre à mal une relation qui vous a fait confiance en vous communiquant les coordonnées personnelles, ou pour le moins relationnelles, d'un contact.

Votre lettre d'accompagnement comportera ainsi les parties suivantes :

- un paragraphe d'introduction personnalisé
Mentionne la personne qui vous recommande ainsi que les liens (rapidement et discrètement décrits) qui vous lient à cette personne avec, éventuellement, une très succincte description des circonstances de la recommandation
 - un paragraphe d'information
Donne un aperçu de vos qualifications et compétences
 - une demande de contact
Par téléphone ou au moyen d'un rendez-vous
 - des remerciements
Vous pourrez également, selon les circonstances, faire référence à la disponibilité d'un poste (si cela est le cas), ou l'énoncé rapide de votre situation personnelle (changement de carrière, déménagement, etc.).
- NB. Ne joignez pas votre CV à votre lettre de réseau, car il risquerait d'encombrer votre démarche, et gêner peut-être votre correspondant qui imaginerait, avec un tel courrier, recevoir davantage une demande d'emploi qu'une demande de renseignements.

La lettre-CV ou le carton-CV

Cette lettre d'une ou deux pages est une contraction de la lettre d'accompagnement (une page) accompagnée d'un CV (deux pages).

Sa brièveté la destine aux candidatures spontanées, mais aussi de plus en plus aux réponses aux annonces. On a vu effectivement se développer énormément ce genre de courrier au cours des cinq dernières années, époque chargée de tendances rationalisatrices et de désirs d'efficacité.

Selon certains cabinets de recrutement que je côtoie, près d'un quart des candidatures sont aujourd'hui ainsi rédigées. Cela ne signifie pas que ces lettres soient plus efficaces que les autres. Il s'agit surtout, si l'on écarte le réel avantage pour le recruteur de pouvoir cerner le candidat en 20 secondes – ce qui n'est pas négligeable –, d'une évolution moderne dans la technique d'adressage de candidature.

Efficacité de la lettre-CV

La brièveté

Elle encourage la lecture : plus le flot de candidatures sera important, plus la lettre-CV aura de chances d'être lue.

La rédaction

Bien faite, elle sert davantage à éveiller la curiosité qu'à fournir un panorama complet de votre situation : il faut donc que vous vous situiez dans la perspective de rencontrer le destinataire de votre lettre, rencontre au cours de laquelle vous pourrez lui donner verbalement ou lui transmettre personnellement des informations plus complètes vous concernant. A contrario, la brièveté des informations risque de ne pas convaincre votre lecteur que vous avez toutes les qualifications requises pour le poste qu'il envisage de pourvoir.

La quantité d'informations

Une information réduite, comparée à l'information détaillée fournie par les autres candidatures traditionnelles (lettre + CV), risque de se retourner à votre désavantage, si les informations que souhaite connaître impérativement le recruteur pour se faire une première opinion ne sont pas contenues dans votre « digest ». Dans ce cas, sachez que les recruteurs ont horreur de décrocher leur téléphone pour demander si vous êtes bien la bonne personne (c'est-à-dire si vous possédez bien les qualifications requises pour le poste).

Les recruteurs peuvent considérer comme suspecte l'information réduite qu'impose l'emploi de la lettre-CV, car elle peut apparaître comme un moyen anodin mais non moins efficace de rétention d'information, ou bien comme celui permettant la dissimulation d'une information pauvre.

Le rapport qualité/prix

Une lettre-CV est un bon médium lors de vastes opérations de mailing : le peu d'informations présentées n'obligera pas à modifier le contenu à chaque envoi, en fonction de la cible retenue.

Elle coûte d'autre part moins cher à router qu'un courrier de trois pages.

Mode d'emploi

Le soin apporté à la rédaction

Il se devra d'être optimal. Chaque mot compte, et sera utilisé à sa juste place. Votre lettre développera en différents paragraphes :

- l'intérêt pour un emploi donné,
- l'objectif de la recherche,
- un aperçu de vos qualifications (formation, expérience, qualités personnelles) ainsi que de vos réalisations,
- une demande de prise en compte de votre candidature,
- les modalités de contact,
- les remerciements.

Le bon choix du destinataire

Les lettres-CV devront être obligatoirement adressées aux responsables opérationnels et non aux chargés de recrutement. Les premiers reçoivent en effet beaucoup moins de CV que les seconds, et pourront être séduits par « l'accroche » de votre candidature, plutôt que par un long détaillé en trois pages de votre expérience, qui inquiètera le non spécialiste du recrutement en lui faisant craindre son incapacité à discerner au milieu d'un imposant courrier les éléments fondamentaux d'une candidature de valeur.

Les pièces annexes

Je propose personnellement, bien que cette méthode ne soit pas encore très répandue, d'adresser une lettre-CV accompagnée de trois feuillets annexes décrivant les postes ainsi que les responsabilités assumées : ainsi le lecteur pourra, s'il le désire, vérifier dans les annexes certaines affirmations, ou aller chercher dans celles-ci des informations non contenues dans la lettre-CV.

Les lettres d'accompagnement sur Internet : vous réinventez le genre

Avant de vous donner quelques conseils qui vous permettront de « réinventer le genre de la lettre d'accompagnement » (il faut en réalité totalement l'adapter au média qui la véhicule), voici quelques remarques qu'il me semble utiles de faire en la matière.

- Entrer sur Internet, c'est se mettre en communication avec des personnes que l'on ne connaît pas; c'est ce qui fait sa richesse.
- Internet (c'est l'envers du décor) rend très difficile le ciblage : les entreprises qui communiquent ne savent pas qui va lire leur message, elles feront donc de la communication globale.
- Tout le monde n'a pas encore accès à Internet, que ce soient les entreprises (absence de politique en la matière) ou les individus (relatif sous-équipement français).

Sur le plan individuel, une étude récente montrait que les utilisateurs français étaient :

- des hommes (80 %),
 - des habitants d'Ile-de-France (50 %),
 - des informaticiens (30 %),
 - des cadres (25 %).
- Internet, c'est le pire et le meilleur : d'un côté, l'inflation d'informations, leur non-hiérarchisation et la liberté d'afficher ce que l'on veut sur le réseau rend ce média difficile à utiliser, et très difficile à parcourir. Beaucoup d'internautes débutants abandonnent très rapidement après une demi-heure de surf périlleux; d'un autre côté, internet c'est la rapidité, l'extraordinaire diffusion de l'information et l'interactivité.
 - Internet représente aujourd'hui un moyen unique d'accéder à une grande quantité de contacts pour un coût très modique. Ce média est en effet très peu cher (hors équipement : abonnement mensuel de 0 à 90 F – prix moyen 2000 –, et moins de 15 F l'heure - prix des communications locales).
 - Internet est fondamentalement un média d'avenir : se positionner aujourd'hui « favorablement » par rapport à celui-ci vous donnera une avance indéniable.
 - Enfin, Internet est un média incontournable : si on considère que le site Cadresonline reçoit plus d'un million de connexions par mois, alors les retenues évoquées encore aujourd'hui par quelques frileux et nostalgiques ne sont plus de mise.

Présentation des auteurs

Les entreprises

La souplesse et l'interactivité du système permettent aux entreprises de communiquer en direction des individus, qu'elles aient ou non une volonté affichée de recruter. Aujourd'hui, Internet fait l'unanimité dans le monde économique en général, et dans le monde des entreprises en particulier ; comme le grand public, les entreprises s'équipent à toute vitesse : la France comptera certainement plus de 150 000 sites d'entreprises fin 2000, alors qu'elle n'atteignait pas 12 000 sites en 1997 ! Nous sommes encore loin de rejoindre le gros du peloton des quelque 18 millions de sites d'entreprises de par le monde, mais nous en prenons le chemin.

Via Internet, les approches des entreprises diffèrent :

- Certaines sociétés sont essentiellement préoccupées par la diffusion de leur image : il s'agit souvent de grandes entreprises qui proposent des emplois sur le réseau pour accroître leur notoriété et ratisser encore plus large. Elles ne

comptent pas la plupart du temps sur le réseau pour résoudre leurs problèmes de recrutement.

- Certaines entreprises, de petite taille, œuvrant souvent dans un secteur très pointu (comme certains secteurs informatiques ou scientifiques), ne comptent que sur le réseau pour recruter les profils dont elles ont besoin : elles sont certaines de rencontrer les individus sur le réseau, et n'ont que ce moyen peu onéreux pour accéder au plus grand nombre.
- Certaines d'entreprises déclarent ne pas aimer ce moyen de recruter car elles estiment que les candidats font preuve, en répondant, d'une implication moins grande qu'avec les moyens traditionnels. Ainsi j'ai rencontré des recruteurs affirmant (est-ce une crispation de l'Ancien Continent ?) ne pouvoir bien sentir une candidature qu'avec un bon vieux CV et une lettre manuscrite...
- Une des caractéristiques du réseau étant l'interactivité et la rapidité, certaines entreprises particulièrement pressées privilégient le réseau pour recruter; les résultats sont particulièrement spectaculaires pour les entreprises d'informatique et les entreprises de travail temporaire.
- Les recrutements à dimension internationale trouvent dans Internet un média très performant. Recruter « traditionnellement » à l'étranger coûte très cher et prend beaucoup de temps. En France, près de 20 % du trafic provient de l'étranger, de personnes y vivant, et souhaitant trouver un travail en France.

Les individus

Les individus s'équipent de plus en plus, la croissance est exponentielle. À la fin 2000, plus de 8 millions de connexions sont installées en France, ce qui indique que ce média a perdu le qualificatif de marginal pour devenir un média de masse.

Les individus s'équipant comme les entreprises, il n'est pas étonnant d'entendre les spécialistes du recrutement affirmer qu'à partir de l'an 2002, plus du tiers des postes qui feront l'objet d'une annonce seront présents sur le réseau.

- Internet étant encore relativement récent, les pratiques de recherche d'emploi par ce média ne sont pas encore très répandues.
- Certains profils, très spécifiques, rares ou atypiques, sont très présents sur le réseau, qu'ils consultent très souvent parce qu'ils y jouent un rôle ou parce que le réseau est leur moyen de communication.
- Certains individus communiquent plus facilement par moyen électronique que par courrier traditionnel, car ils se sentent plus libres et moins impliqués vis-à-vis de ce média. De la même façon, d'autres ne lisent pas la presse. Ainsi, une récente étude américaine précisait que l'accès au réseau (en termes de temps) se faisait essentiellement au détriment de la télévision (50 %), puis de la lecture (30 %).
- La candidature spontanée rassemble beaucoup d'adeptes du réseau : envoyer une candidature à des centaines de destinataires est en effet particulièrement facile avec le réseau; on remarquera toutefois que cette pratique peut se révéler peu efficace (voir notre partie consacrée aux stratégies de recherche).
- Les experts de toute profession ont besoin de communiquer en permanence avec l'étranger : ils ont trouvé en Internet le plus formidable moyen d'entrer en relation avec autrui, facilement et à moindre coût. Si on est à leur recherche, on est certain de pouvoir entrer en communication avec eux en les rencontrant sur leur site professionnel.
- La discrétion et la confidentialité du contact par Internet représentent un atout important, et les chasseurs de têtes privilégient ce moyen rapide et très discret.

Grands principes d'une recherche d'emploi sur le réseau

Comme pour la diffusion traditionnelle (courrier papier), la lettre d'accompagnement existe parce qu'elle accompagne un CV. Internet a ceci de particulier qu'on ne peut concevoir une lettre d'accompagnement dans parler de CV, ce qui est un peu moins vrai dans la diffusion classique.

Nous parlerons donc en même temps de lettre d'accompagnement et de CV.

Voici quelques conseils – à suivre impérativement – pour utiliser avec efficacité le Web; les Internautes habitués sauront y reconnaître les caractéristiques inhérentes à ce média particulier.

- Utilisez les ressources propres à l'informatique interactive : sachez dire peu en renvoyant, par l'intermédiaire de liens (arborescence), à des pages plus renseignées sur le sujet interrogé. Le recruteur internaute lira plus volontiers les informations qu'il est allé volontairement rechercher. Si ce « charabia » vous rend perplexe, je vous conseille, avant d'utiliser le réseau pour faire votre recherche d'emploi, de vous familiariser à ce média ou d'acheter un des excellents et nombreux ouvrages de vulgarisation qui existent à ce sujet.

- Lors de la rédaction de vos différents courriers (page d'accueil, CV) soyez sobre.

Le temps moyen de lecture d'une page Internet est encore plus court que le temps consacré à la lecture d'une page papier : sachez accrocher le lecteur et lui proposer plusieurs choix dans le sens de ses préoccupations. Éclatez le texte de vos propos en plusieurs pages et plusieurs centres d'intérêt.

N'utilisez pas le tutoiement.

- N'illustrez pas vos pages d'images : même si vous possédez un physique de jeune premier, sachez qu'une image ralentit considérablement le temps d'affichage de la page sur l'écran, et risque d'impatienter l'internaute.

- Souciez-vous des mots clés qui permettront aux différents moteurs de recherche et d'indexation de vous identifier parmi les communications de toutes sortes qui inondent le réseau en permanence. Préoccupez-vous pour ce faire de savoir à quels mots sont sensibles les entreprises que vous souhaitez toucher (ex. : micro, réseau, ingénieur, pour le monde informatique ; performances, évaluation, programmes, pour le monde la formation, etc.).

- Réactualisez en permanence votre communication et donnez des indications pour montrer que vous êtes actif sur Internet. Le réseau est en effet synonyme d'actualité, et si ce n'est pas le cas, vous serez résolument ignoré. Indiquez par exemple, au jour dit, la date à laquelle vous avez fait votre dernière mise à jour (si possible, plus récemment qu'il y a deux mois... !).

- Utilisez la langue française et anglaise, cette dernière étant majoritairement utilisée sur la toile. C'est le moyen de prouver que vous êtes bilingue, ce qui permettra peut-être de vous faire recruter par une société étrangère, qu'elle soit ou non en France.

- Comme dans toute bonne démarche de candidature, récoltez le maximum d'informations sur l'(les) entreprise(s) que vous désirez toucher ; le Web étant un véritable fourre-tout, il y a de grandes chances qu'on ne vous trouve pas si vous ne « mâchez » pas le travail aux entreprises, en vous mettant sur leur chemin électronique (sélectionnez les banques de CV, sachez dans quel domaine d'information l'entreprise en question fait son marché Internet, etc.).

Comment pratiquer une recherche d'emploi sur le réseau : la démarche pas à pas

Parler de lettre d'accompagnement sur le Web ne veut rien dire si on ne parle pas de la démarche de recherche d'emploi spécifique à ce média. Aussi, dépassant le strict

niveau de la page Web d'accompagnement, j'étendrai mon propos aux six étapes fondamentales de la recherche d'emploi sur Internet ; à chaque fois, le cas de la page d'accompagnement sera intimement lié à la procédure expliquée.

1 • Créez votre propre information

Je vous propose de rédiger votre information en plusieurs étapes : la page d'accueil, la page CV proprement dite, la (les) page(s) d'informations complémentaires comme les projets professionnels, les liens techniques, etc. La page d'accueil (ou page d'accompagnement) :

C'est la page qui nous intéresse plus particulièrement.

Presque tous les fournisseurs d'accès (la société qui vous offre l'accès à Internet contre un abonnement) ou de services en ligne (comme AOL, Wanadoo...) vous proposent d'héberger une ou plusieurs pages Web, que vous développerez en utilisant le langage HTML. Si vous n'êtes pas familier de cette procédure, demandez à un ami de le faire rapidement pour vous.

Cette page est la première que liront vos recruteurs.

Mentionnez :

- vos coordonnées, avec votre adresse mél (messagerie électronique),
- votre accroche (en 30 mots maximum), qui contiendra 3 ou 4 hyperliens renvoyant à l'expérience professionnelle,
- un hyperlien renvoyant à votre CV,
- un hyperlien renvoyant à votre boîte aux lettres,
- un élément de vérification de la fraîcheur de la mise à jour.

Sachez que ce n'est pas la mise en page qui est importante, mais la lisibilité/accessibilité.

N'oubliez pas que la page d'accueil est obligatoirement liée aux pages suivantes (page CV et pages annexes).

La page CV

Celle-ci contiendra :

- vos coordonnées,
- quelques lignes sur votre projet et votre compétence, avec des liens renvoyant à des pages détaillant ces compétences,
- votre parcours chronologique mentionnant les entreprises (hyperliées) dans lesquelles vous avez travaillé,
- votre formation,
- quelques mots sur votre activité extraprofessionnelle (hyperliée),
- la possibilité de consulter une version anglaise de ce CV (hyperliée),
- l'offre que vous faites à vos visiteurs de vous ajouter à leur liste de signets (liste des sites favoris de tout internaute),
- et, toujours, un lien proposant de laisser un message (boîte aux lettres).

Les pages annexes

Elles contiendront :

- les pages entreprises détaillant les sociétés de votre expérience professionnelle. Tentez d'inclure à chaque fois le logo des entreprises, ce qui donne toujours beaucoup de poids à votre présentation ;
- la page descriptive de vos envies et conceptions personnelles vis-à-vis du travail ; ce peut être également vos différents projets professionnels : en effet, selon que vous aurez présenté différentes cordes à votre arc en ce qui concerne vos compétences, vous pouvez lier ces compétences de votre CV à une page orientée vers un autre projet professionnel, mettant davantage l'accent sur tel point, ignorant les autres, etc. ;
- votre page personnelle (état civil, loisirs).

2 • Hébergez vos pages Web

La plupart des fournisseurs d'accès, comme nous le disions, proposent à leurs abonnés un espace disque permettant d'inscrire leurs pages Web, écrites en HTML. Vous pouvez également demander à des hôtes bénévoles (consultez www.chez.com ou www.mygale.org pour connaître la liste des hébergeurs gratuits).

3 • Lancez et gérez votre information sur le réseau

Créer une page personnelle n'est pas très difficile, la plupart des manuels indiquent comment s'y prendre ; vous pouvez aussi demander à un de vos amis, féru d'Internet, de vous confectionner cette page.

Mais une page personnelle, même superbe, ne veut pas dire grand-chose : elle va être perdue au milieu des 800 000 pages personnelles en consultation sur le réseau, et, même indexée sur les principaux moteurs de recherche. Rien ne prouve que les recruteurs viendront tous consulter votre page. Alors, consacrez du temps à faire en sorte que cette page arrive à vos destinataires. Voici quelques suggestions.

- **Référencement dans les moteurs de recherche**

Cette action permettra à un individu en quête d'information (« Je cherche : formateur java ») d'inscrire cette requête sur son moteur, lequel accrochera ce mot clé que vous aurez su mettre dans les pages des moteurs de recherche.

Ces mots clés, nous le rappelons, ont donc toute leur importance; ils seront situés dans votre accroche et en haut de votre CV, ils seront aussi variés que vos compétences, même si, alignés ainsi, ils ne forment pas de phrase cohérente.

Vous irez référencer vos mots clés (les mêmes qu'utilisent les recruteurs) dans la plupart des moteurs. Une connexion sur Yahoo! vous indiquera tous les sites de référencement massif.

Si cette opération vous semble trop fastidieuse, vous pouvez également utiliser des outils de référencement automatique mis au point par des sociétés. En France, SAM-ACORUS (<http://sam.acorus.fr/referencieur/index.htm>) vous indiquera la marche à suivre. Vous pourrez utiliser le référencement gratuit (formulaire à remplir) permettant un référencement dans 5 moteurs francophones et 5 anglophones, ou le référencement professionnel inscrivant votre site sur 100 moteurs francophones et 200 internationaux (coût : 600 F environ).

- **Intégration de votre site dans une banque de CV**

Ces banques intéressent surtout les recruteurs, qui peuvent ainsi consulter et rechercher un grand nombre de candidatures. Il existe deux types de banques :

- celles qui demandent de remplir un formulaire, procédure permettant un traitement informatique des CV (et donc des lettres d'accompagnement) par ces banques et un tri sur requête immédiat. Ce sont les plus efficaces ;
- celles qui intègrent simplement les CV sous format HTML dans leur base de données.

Vérifiez, si on vous demande des frais d'entrée, si la banque est fiable, le site reconnu et le trafic important. Ce type de banque, encore marginal, tend à se développer rapidement.

- **Consultation des organes de presse**

Les journaux ont pour beaucoup d'entre eux décidé de regrouper leurs annonces traditionnelles et de les offrir sur le réseau, ce qui permet de proposer aux annonceurs une diffusion plus large que la seule diffusion du journal, d'utiliser la puissance et la rapidité d'Internet au service de l'efficacité, en faveur des chercheurs d'emploi, et la grande facilité d'utilisation (tri, sélection, recherches automatiques, liens, etc.).

Les chercheurs d'emploi ne s'y sont d'ailleurs pas trompés, qui se sont rués sur ces nouveaux services. Ils peuvent aussi y trouver des rubriques d'aide à la rédaction, des conseils juridiques, des tests d'évaluation de compétences, des bases de données permettant de comparer son salaire, etc.

Ces services s'enrichissent de jour en jour. Vous consultez et envoyez CV électronique ou papier.

- Consultation des sites spécialisés en recrutement

C'est la grande révolution de la recherche d'emploi. Les plus performants sont les Américains, qui peuvent présenter pour certains plus de 80 000 propositions d'emploi ! Ces services sont pour la plupart payants pour les annonceurs, gratuits pour les chercheurs d'emploi. On y trouve également des forums de discussion pour les DRH, des liens avec des forums de chercheurs d'emploi, etc.

Là encore, vous pourrez utiliser les formidables ressources de l'informatique (indexation, mots clés) pour rechercher propositions de poste et secteurs spécifiques et trouver très rapidement les offres intéressantes. Envoi du CV et de la lettre d'accompagnement.

- Promotion tous azimuts de votre page personnelle

Mentionnez votre page, avec une petite phrase personnelle, dans toutes vos communications Internet : mél, transfert de données, recherches d'infos, communications.

Indiquez votre page dans vos communications papier : carte de visite, papier à lettre...

Liez votre page Web avec certains de vos propos électroniques, vos travaux, etc., de sorte que le correspondant soit incité à consulter cette page par simple intérêt, ou curiosité.

4 • Lancez des candidatures spontanées sur le réseau

La première étape réside bien sûr dans la sélection des cibles auxquelles vous aller adresser votre message électronique.

La démarche est très similaire à la candidature spontanée traditionnelle (voir le chapitre qui lui est consacré plus haut). La seule spécificité consiste à la sélection des entreprises via Internet.

Le marché du travail sur le réseau est encore assez peu développé, sauf en ce qui concerne les informaticiens; vous aurez tout intérêt à utiliser ce mode peu répandu, en profitant de l'effet de surprise que ne manquera pas de faire votre candidature en arrivant sur l'écran de votre recruteur.

La rapidité de consultation des candidatures ravit le recruteur et l'incite fortement à répondre à ce candidat moderne, bien plus que lorsqu'il se trouve face à une candidature « classique » (papier).

Le nombre d'entreprises d'ores et déjà connectées permet de tenter la grande aventure de la candidature spontanée électronique :

- Utilisez les annuaires de recherche; à la différence des moteurs de recherche, les annuaires classent les sites au sein de rubriques thématiques. Si vous faites des recherches larges, préférez donc une recherche préalable par annuaire, que vous affinerez ensuite grâce aux moteurs de recherche.

- Utilisez les moteurs de recherche; comme décrits plus haut, ces moteurs identifient les entreprises répondant à des critères (mots clés) spécifiques. Sachez les définir avec soin, en vérifiant par sondage auprès d'entreprises connues, si vos mots clés sont bien repertoriés :
 - critères de recherche par intitulé de poste,
 - critères de recherche par localisation,
 - critères de recherche plus avancés ; ceux-ci pourront vous faire gagner énormément de temps.
- Utilisez les opérateurs booléens (du nom de son inventeur) tels que ET, OU, SAUF dans vos critères de recherche.

Exemples

À la question « emploiETbiologie » les réponses traitent à la fois de l'emploi et de la biologie, à l'exclusion de toute autre.

À la question « emploiOUbiologie », les réponses traitent de l'emploi, de la biologie et des deux à la fois, ce qui fait beaucoup plus de réponses.

Les troncatrices « * » permettent de faire une recherche sur la racine d'un mot.

Exemple

« inform* » permet de voir les sites contenant les termes « information, informatique ».

- Rédigez votre candidature spontanée

Voici quelques conseils à utiliser dans ce domaine :

- envoyez un courrier contenant votre message suivi de votre CV ; n'envoyez pas le CV attaché à votre message, car la plupart des internautes, redoutant les virus, hésitent à télécharger un document joint. Vous procéderez pour ce faire à une rédaction très concise de votre CV. Si on vous demande de faire parvenir un CV attaché, vous le transmettez, sous format RTF, en lui donnant votre nom, et non pas en l'appelant CV (ce qui permettra à votre correspondant de retrouver votre CV plus facilement);
- attention aux accents, ceux-ci ne sont pas pris en compte, et forment des caractères incongrus ;
 - ne renvoyez pas votre destinataire sur votre page Web, mais faites-lui une réponse adaptée à son (éventuel) besoin ;
 - faites court, poli et efficace. Ne poluez pas l'espace virtuel.

5 • Consultez les newsgroups

Ces « clubs » de discussion informels ont fleuri sur le réseau, dès la montée en puissance d'Internet, ce qui fait dire aux observateurs que le réseau est vraiment un espace de communication révolutionnaire...

On trouve toutes sortes de newsgroups – forums de discussion –, traitant de tous les sujets, et notamment de l'emploi. De véritables réseaux dans le réseau se sont créés, sous la forme Offres d'emploi, comme Demandes d'emploi.

Les entreprises sont de plus en plus nombreuses à passer une annonce sur le forum Offres d'emploi, propositions qui sont lues et qui reçoivent une réponse à la vitesse... de l'éclair !

Un chercheur d'emploi peut sélectionner les forums qui lui semblent intéressants : par secteur économique, par région, par thème, etc.

En France, à la parution de ce livre, il n'existe que trois forums sur l'emploi :

fr.emploi.offres

fr.emploi.demandes

fr.emploi.d

Les deux premiers forums (offre et demande) sont modérés, c'est-à-dire qu'ils sont gérés par des individus, la plupart du temps bénévoles, qui acceptent ou non les demandes et nettoient la messagerie de ses scories.

6 • Intégrez une liste de diffusion

Une liste de diffusion est un autre espace d'échange sur Internet, espace qui permet à tous les abonnés d'une liste de recevoir le même message. Ces listes de sont pas toutes modérées.

Pour s'inscrire, il faut adresser un message à l'adresse du serveur qui héberge la liste en spécifiant, dans le sujet, votre intention de vous inscrire, le nom de la liste et votre nom.

- Comme vous le feriez avec les forums, choisissez bien le thème de votre liste.
 - Restez toujours courtois, sinon vous vous ferez expulser.
 - N'envoyez pas de CV sur la liste !
 - Apprenez tranquillement les modes opératoires de la liste, par pratique discrète, et non intrusive !
- Bonne chance sur la toile !