



**MINISTÈRES
TRANSITION ÉCOLOGIQUE
COHÉSION DES TERRITOIRES
MER**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Livret individuel de réflexion et d'exercice
Bâtir et mettre en œuvre son projet pro. :**
« Se connaître, se faire connaître et se faire reconnaître »

Version 2021

Note à l'attention du lecteur

Public cible : tout agent du pôle ministériel s'interrogeant sur son évolution pro.

Objectifs : structurer sa réflexion, se mettre en mouvement et prendre son envol...

Contenu : idées clés à consulter pour s'inspirer, assorties exercices à faire/refaire, tout au long de sa vie professionnelle.

Modalités d'élaboration et de mise à jour :

- doc. élaboré en 2017 dans le cadre de formations dédiées à la mobilité pro ;
- pierre angulaire, largement diffusé et régulièrement utilisé via de nombreux dispositifs d'accompagnement;
- son utilisation régulière permet de le confronter aux besoins des agents et à la réalité du terrain et de s'assurer qu'il répond à ces besoins et reste d'actualité ;
- doc. « autoportant », qui s'inscrit dans l'écosystème « mobilité pro. » (liens/renvois vers les principales (res)sources officielles incontournables.



SOMMAIRE

ÉTAPES	Page
1 – Se connaître	
1.1 Valeurs et leviers de motivations intrinsèques	3
1.2 Compétences et talents	8
1.3 Projet, objectifs et plan d'actions	9
2 – Se faire connaître	
2.1 La valorisation des savoirs-être ou qualités professionnelles	12
2.2 Les différents outils/supports de communication	12
2.3 Le CV / le CV en ligne	13
2.4 La lettre de motivation	15
2.5 L'« image de marque » et le pitch	15
3 – Se faire reconnaître	
3.1 La réputation numérique / internet	16
3.2 Les réseaux professionnels	17
3.3 Références et recommandations	18
3.4 Le public, les concurrents	19
3.5 Le blog	20
Conclusion	
Annexes	
<i>Annexe : Liens utiles par grandes thématiques</i>	p.21

Sources :

- « Réussir sa carrière grâce au Personal Branding » O. ZARA
- « Comment développer sa marque personnelle ? : L'essentiel du personal branding » B. Fléron
- « Révéler sa véritable personnalité avec le personal Branding » P. Baumeister
- « Moi 2.0 : Devenez l'entrepreneur de votre vie grâce au personal Branding » D. Schawbel & F. Brahim
- « Développer sa marque personnelle dans son métier, sa carrière et sa vie » G. Noblet
- « Développez votre marque personnelle en 8 étapes pour changer de vie » T. Do Espirito



1. Se connaître

Chacun est unique. Mieux se connaître permet de :

- Cultiver et mettre en avant ses forces,
- Définir sa stratégie de vie,
- Se démarquer en affichant sa singularité,
- Se constituer et faire se développer une réputation.



Mieux se connaître, c'est aussi définir et exprimer son identité (pro.) :

- Savoir exprimer ses valeurs,
- lister ses activités pros et extra-pros, les thématiques étudiées,
- Faire ressortir ses compétences (savoirs, savoirs-faire, savoirs-être/qualités).
- Identifier l'environnement, le métier/fonctions/posture que l'on souhaite exercer.

Quelques citations pour s'inspirer :

- « Se connaître est le début de toute sagesse » ARISTOTE
- « Soyez vous-même, tous les autres sont déjà pris ! » Oscar WILDE

...

1.1 Valeurs, leviers de motivation intrinsèques et énergisants

1.1.1 Valeurs

Définition. : « ce à quoi les gens attribuent de la valeur, de l'importance, tels que le partage, l'équité, la justice, l'honneur. Elles sont à la fois subjectives, c'est-à-dire ressenties par des individus, et relativement « objectives », car partagées socialement. Elles varient selon les cultures, les générations et les sexes »¹.

Bon à savoir :

- Une valeur est une force intérieure qui peut évoluer en fonction de l'expérience et du contexte.
- Lorsqu'il y a décalage de valeurs avec ses interlocuteurs, cela génère des incompréhensions.

Ces dernières peuvent souvent être sources de conflits interpersonnels.

- La plupart de nos actions sont « impulsives » ; or, elles reflètent notre culture et nos valeurs.

- Prendre conscience de ses valeurs permet de mieux comprendre ses agissements,
- Comprendre nos valeurs nous permet de comprendre celles des autres et de mieux gérer les relations

Il est donc important de cartographier nos valeurs. C'est l'objectif de l'exercice suivant.

1 Source : Wikipedia - [https://fr.wikipedia.org/wiki/Valeurs_\(sociologie\)](https://fr.wikipedia.org/wiki/Valeurs_(sociologie))

Consigne 1 : Cochez les valeurs qui a priori vous correspondent le +.

Liste (non exhaustive) de valeurs					
Appartenance		Éthique		Moralité	
Cohésion		Exemplarité		Neutralité	
Compétence		Famille		Ordre	
Communauté		Fidélité		Paix	
Compétition		Fraternité		Performance	
Confiance		Harmonie		Qualité	
Connaissance		Honnêteté		Réserve	
Coopération		Honneur		Respect	
Courtoisie		Impartialité		Responsabilité	
Dignité		Indépendance		Sécurité	
Disponibilité		Innovation		Solidarité	
Diversité		Intégrité		Tolérance	
Éducation		Justice		Tradition	
Égalité		Laïcité		Transparence	
Engagement		Liberté		Travail	
Équité		Loyauté			
Autre(s) valeurs :					

Consigne 2 : Parmi les valeurs que vous avez identifiées, priorisez (4 max) celles qui sont un moteur pour vous, sans lesquelles vous ne pourriez pas travailler durablement actuellement.

Mes valeurs prioritaires			
1	2	3	4

Consigne 3 : Définissez ces valeurs prioritaires et associez-les à des réalisations récentes, afin de bien conscientiser comment vous les incarnez.

Valeur	Définition personnelle	Réalisation correspondante

Nota : Cet exercice vous permet de dissocier les valeurs que vous incarnez de celles vers lesquelles vous tendez et d'adapter ainsi votre projet et votre discours en conséquence. Sur la base de ces priorités, vous pourrez ensuite questionner votre projet pro. et les opportunités correspondantes.



1.1.2 Énergisants

Les activités énergisantes, telles que les passions par exemple, sont liées à nos émotions. Elles peuvent être une puissante source de motivation.

Identifier son ADN émotionnel permet de mieux se connaître et d'évoluer en congruence, en cohérence avec soi-même.

Qu'est-ce qui vous passionne ? Pourquoi ?

Si vous éprouvez des difficultés à répondre, posez-vous les questions suivantes :

Quel est le sujet dont je peux parler pendant des heures sans me lasser ?

Quelles sont les situations qui me rendent heureux-se ?

Qu'est-ce qui me fait oublier mes préoccupations/problèmes ?

Nota : Satisfaire vos passions est bénéfique. Vous n'allez pas forcément travailler dans un domaine en lien avec vos passions. Encore que ... vous pouvez essayer d'y tendre. Quoi qu'il en en soit, vous avez tout intérêt à cultiver/développer ces passions, que ce soit dans le cadre professionnel ou extra professionnel.



1.1.3. Leviers de motivation

Qu'est ce qui - a priori - vous motive dans votre trajectoire professionnelle ?

Appuyez-vous sur les suggestions suivantes et classer les par ordre de priorité dans le tableau prévu à cet effet, pour faire émerger vos principaux besoins intrinsèques. Si certains sont vraiment plus importants que d'autres, vous pouvez pondérer vos résultats en les cotant.

Source : <https://management30.com>

Levier	Cot.	Levier	Cot.	Levier	Cot.
1.		5.		9.	
2.		6.		10.	
3.		7.			
4.		8.			

Ex : Levier 1. Sens – cotation 50 % (c'est à dire que ce levier constitue 50 % de ma motivation globale)



1.1.4. Énergisants et irritants

Auto diagnostic « Energie »

Consigne : Répartir 100 points entre les affirmations suivantes

Dans mon travail et dans l'absolu, ce qui me donne de l'énergie, c'est de :

1. Etre en contact avec des gens	
2. Prendre le temps de l'analyse pour trouver des solutions	
3. Relever des challenges, défis	
4. Structurer le temps et définir des processus	
5. Défendre un dossier qui correspond à mes valeurs	
6. Trouver des manières originales et créatives de travailler	
7. Autre, à préciser :	
TOTAL (/100)	0
Dans ma situation pro. actuelle, je constate que :	

Auto diagnostic « stress et inconfort »

Consigne : Répartir 100 points entre les affirmations suivantes

Dans mon travail, et dans l'absolu, ce qui me stresse et m'inconforte, c'est de :

1. Savoir dire non quand je sais que ça peut déplaire	
2. Devoir être sans cesse en interaction avec des gens	
3. Etre dans une zone de confort, voire une routine	
4. Avoir peu de connaissances dans un domaine, sur un sujet	
5. Sentir qu'on ne me fait plus confiance	
6. Me formater pour être accepté(e) par le collectif	
7. Autre, à préciser :	
TOTAL (/100)	0
Dans ma situation pro. actuelle, je constate que :	

1.2 Compétences et talents

La technique du « personal branding » (qui vise à définir sa « marque personnelle ») ainsi que la psychologie positive invitent à développer ses forces plutôt que de tenter d'atténuer ou de corriger ses faiblesses. Cette technique se base sur le postulat que l'énergie consacrée à incarner et à promouvoir qui vous êtes permet d'obtenir de bien meilleurs résultats.

=> Travailler sur les forces rend talentueux, tandis que corriger les faiblesses est plus laborieux et risque de vous rendre « ennuyeux » pour les autres.

L'objectif de l'exercice suivant est de **trouver les activités pour lesquelles vous êtes ou pensez être reconnu-e**, ou celles vers lesquelles vous souhaitez vous orienter (thématiques étudiées par exemple).

Listez les activités professionnelles, extra-professionnelles, associatives, que vous avez réussies ces derniers temps, celles qui vous attirent :

Actions Réussies

Fonctions / métiers	Compétences utilisées (savoirs / connaissances, savoir-faire / expériences, savoir-être / qualités)	Valeurs développées ou mises en œuvre

Actions Envisagées

Fonctions / métiers	Compétences utilisées (savoirs / connaissances, savoir-faire / expériences, savoir-être / qualités)	Valeurs développées ou mises en œuvre

Astuce : Vous pouvez utilement faire le parallèle entre les valeurs mobilisées pour ces actions et celles qui sont a priori prépondérantes pour vous (cf. p.5) : Y a-t-il correspondance !?

1.3 Projet, objectifs et plan d'actions :

Votre parcours professionnel peut, si vous n'y prenez pas garde, être plus ou moins subi.

Par les quelques exercices suivants, nous vous encourageons à **être acteur de votre orientation**.

Pour cela, il vous faut définir votre « rêve », vos ambitions, afin d'esquisser un projet. Cela permet de se projeter par goût, par envie et non par obligation ou par défaut.

Afin de concrétiser ce projet, il vous faudra définir et jalonner des objectifs à atteindre et des actions à mettre en œuvre pour les atteindre.

A l'aide des éléments de réflexion identifiés aux pages précédentes définissez votre projet à l'aide de l'ikigai.





Votre projet :

a. *Quel serait votre idéal de vie professionnelle ?*

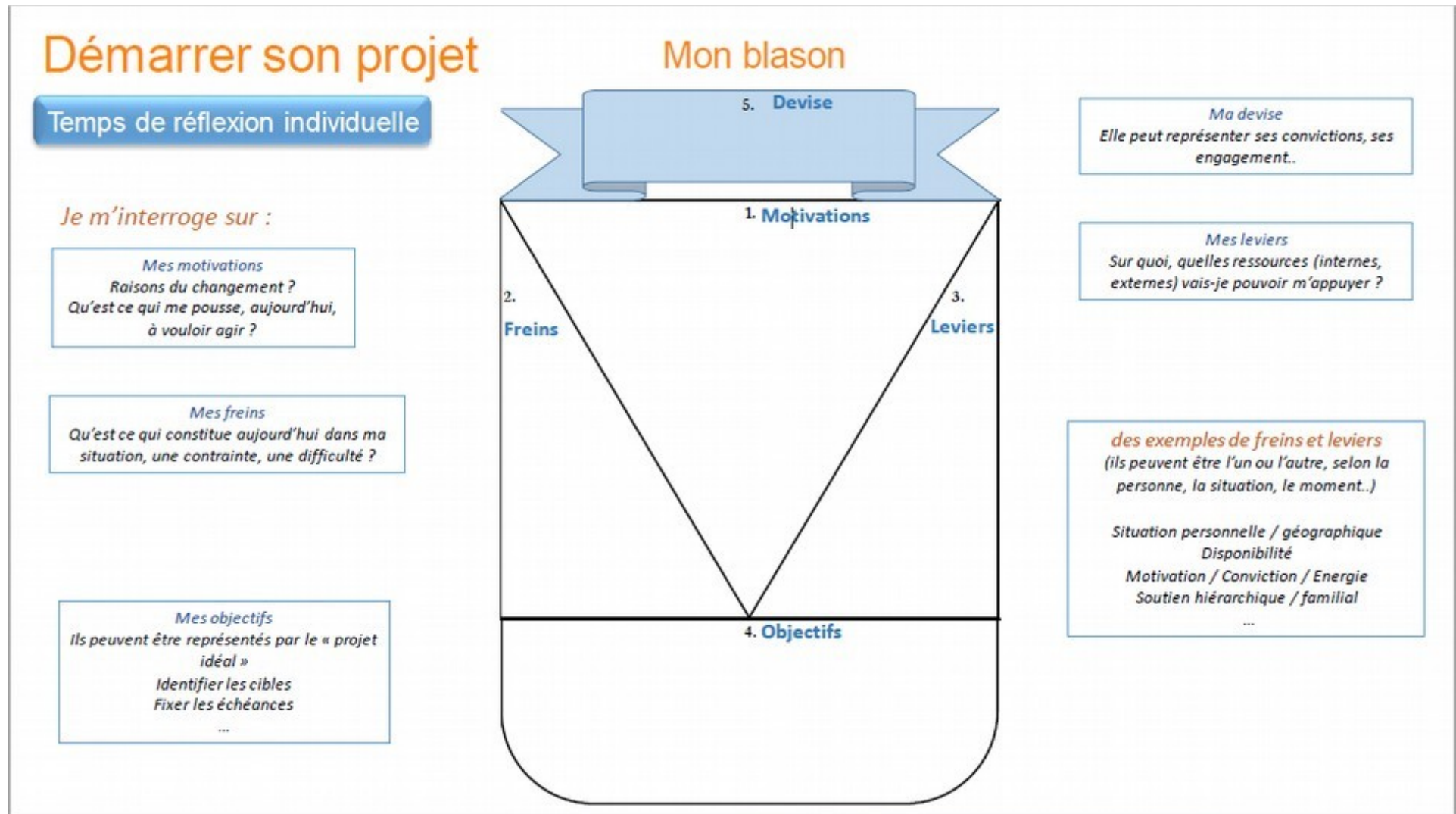
b. *Cet idéal est-il - selon vous et a priori – compatible avec vos valeurs, avec les principaux leviers de votre motivation (cf. pages précédentes) ? En quoi ?*

c. *En quoi vous permettra-t-il d'exprimer et de cultiver vos talents ?*

d. *Quel peut-être le « projet » professionnel à court et moyen terme pour parvenir à cet idéal ?*

b. Le blason

Avant de vous mettre en action, nous vous proposons cet outil de synthèse, conclusif de cette première séquence dédiée à la connaissance de soi. Il vous invite également à réfléchir à une devise, une citation, qui fait écho en vous, qui constitue un moteur de vie.
Astuce : vous pourrez utilement reprendre cette devise dans la séquence suivante pour bâtir votre « pitch ».



2. Se faire connaître

Se faire connaître a pour objectif de se **rendre visible**. Il faut donner de la matière pour susciter l'envie d'être rencontré par les potentiels recruteurs.

2.1 La valorisation des savoirs-être ou qualités professionnelles

Il n'est pas toujours aisé ou naturel d'évoquer ses principales qualités. Cependant ce n'est pas tabou. L'exercice ci-après peut vous permettre d'identifier vos principales qualités.

Là encore un **feed-back** de proches ou de collègues peut vous aider à confirmer ces ressources.

Apprenez à les utiliser pour vous valoriser. Soyez également attentifs aux qualités **attendues** (que vous devrez peut-être développer si elles ne vous sont pas naturelles).

Qualités	+ = -	Qualités	+ = -	Qualités	+ = -	Qualités	+ = -
Adaptabilité		Dynamisme		Imagination		Rigueur	
Anticipation		Écoute		Indépendance		Sens critique	
Aptitude à négocier		Égalité d'humeur		Intuition		Sens de l'analyse	
Empathie		Empathie		Maîtrise de soi		Sens de l'efficacité	
Autonomie		Esprit d'équipe		Objectivité		Sens de l'innovation	
Autorité naturelle		Esprit d'initiative		Optimisme		Sens de la com.	
Combativité		Esprit de synthèse		Ouverture d'esprit		Sens de la méthode	
Confiance en soi		Expression orale		Pertinence		Sens de la pédagogie	
Conscience prof.		Faculté d'adaptation		Persévérance		Sens des relations humaines	
Coopération		Faculté d'analyse		Pragmatisme		Sens des responsabilités	
Créativité		Faculté d'écoute		Puissance de travail		Sens du contact	
Curiosité intellect.		Fiabilité		Réactivité		Spontanéité	
Désir d'évolution		Force de conviction		Réserve		Ténacité	
Diplomatie		Goût du challenge		Résistance au stress		Tolérance	
Discrétion		Hauteur de vue		Respect			

2.2 Les différents supports de communication

Ils sont divers et variés, vous pouvez retenir notamment :

- CV, CV en ligne,
- lettre de motivation,
- réseaux professionnels, réseaux associatifs,
- cartes de visite,
- ...

2.3 Le CV

Pour préparer la rédaction de votre **CV** vous allez devoir identifier et lister vos :

- éléments d'identité,
- choix d'une photographie adaptée (cela donne aussi des renseignements sur vous),
- principales compétences (savoirs, savoir-faire, savoir-être),
- expériences professionnelles et contributions marquantes (actions, chiffres),
- formations initiales et continues,
- centres d'intérêts / rubrique divers.

Votre CV devra être adapté à chaque candidature. Il doit « coller » au mieux aux attentes du recruteur et au poste proposé.

Nous vous encourageons à opter, en complément, pour le **CV en ligne**. La communication via internet permet aux recruteurs de vous « repérer » et de vous contacter.

Cela implique de préparer en amont les éléments nécessaires pour alimenter les différentes rubriques d'un CV en ligne (LinkedIn, Viadeo,...).

Dans tous les cas, un suivi doit être effectué pour des mises à jour régulières, au fur et à mesure de vos expériences professionnelles.

Listez une dizaine de domaines de compétences (savoirs / connaissances, savoir-faire / expériences, savoir-être / qualités).

Connaissances	- - - -
Savoirs-faire	- - - -
Qualités	- - - -

Exemples : *connaissances techniques, connaissance en architecture, savoir animer des réunions, management d'équipe, sens de la communication, esprit d'équipe, ...*

Nota : lors de la rédaction du CV, il s'agit de se valoriser mais non d'idéaliser son CV, au risque d'une perte de crédibilité.



Pour le CV en ligne, vous devrez préparer une « biographie » professionnelle :

Que faites-vous ? Ou que souhaitez-vous faire ? Votre activité, votre métier ?	
Quel est votre public ? À qui vous adressez-vous ? (entreprises du BTP, concessionnaires autoroutiers, cabinets d'architecture, administrations, ...)	
Quelles sont vos réalisations les plus importantes ? Succès, réussites ? (expériences professionnelles)	
Qu'est-ce qui vous rend crédible dans votre activité ? Certification, diplôme, expériences, qualités, ...	
Qu'est-ce qui vous différencie des autres ? Réalisations, fonctions, ...	
Innovations, idées, contributions à l'évolution du secteur ou du métier ? (le cas échéant)	
Contacts : site web, courriel, téléphone, CV en ligne, ...	

Zoom sur les compétences, des outils utiles :

Le dictionnaire des compétences :

<https://www.fonction-publique.gouv.fr/dictionnaire-interministeriel-des-competences-des-metiers-de-letat>

Le ROME : (répertoire des métiers et compétences associées) :

<http://www.pole-emploi.fr/candidat/le-code-rome-et-les-fiches-metiers-@/article.jsp?id=60702>

2.4 La lettre de motivation

Elle vient généralement accompagner le CV, sans être redondante avec ce dernier. Elle doit vous permettre de démontrer votre intérêt pour la structure et le poste sollicité. Au-delà même, elle donne à voir que vous vous êtes renseigné-e sur cette organisation. Elle exprime votre motivation pour le poste et pour entrer dans cette structure.

Courte et précise, vous pouvez la structurer en 3 temps :

- **vous** : évoquez l'organisation, le service, le poste (et votre attrait)
- **moi/je** : dites ce que vous pouvez apporter à la structure (votre expérience, vos compétences, vos valeurs, votre personnalité, votre engagement, votre motivation)
- **nous** : inscrivez-vous dans une collaboration future, sollicitez une rencontre pour exposer votre motivation.

2.4 Votre marque personnelle et votre pitch

L'objectif de cet exercice est de créer un **message court** qui servira d'appui à la communication orale (« un pitch »).

Ce type d'outil vise à préparer une présentation de soi-même utilisable en toute circonstance de rencontre fortuite ou organisée (rencontre fortuite d'un recruteur, journée de rencontre de professionnels, forum métiers, tour de table collectif, ...). L'idée est de saisir toute opportunité de se présenter et de se valoriser.

Le format est libre, mais le contenu tiendra compte des éléments suivants :

De par mon identité (mes valeurs et mes forces), j'apporte à un public cible des compétences (savoirs, savoir-faire, savoir-être).

Vous pouvez aussi vous appuyer sur vos :

- fonctions exercées, expertises, projets réussis
- contributions au collectif (actions remarquables, innovation, changement, prise d'initiative, faits marquants, situations vécues)
- passions pour marquer les esprits.

Écrivez plusieurs versions, reformulez, laissez mûrir ... et entraînez-vous à vous présenter à l'oral.

Ma marque personnelle ?	
Mon « pitch » ?	

Le pitch peut être soumis et relu par un tiers. Il est aussi mis à jour régulièrement au fur et à mesure de l'évolution professionnelle.

« Dites toujours du bien de vous-même, cela finira toujours par se savoir »

3. Se faire reconnaître

3.1 La réputation numérique et le bon usage d'internet

Sur internet, il est important de **protéger son identité personnelle** (données personnelles : adresse privée, date de naissance, téléphone privé, ...) et de **promouvoir son identité professionnelle**.

L'agrégation des données personnelles est une porte ouverte au vol d'identité. Avec un nom, une adresse et une date de naissance, il est possible d'ouvrir un compte bancaire, de créer de faux papiers, d'obtenir un acte de naissance, ...

2 règles simples :

- ne mettez pas votre adresse personnelle sur des profils publics (hors transactions sécurisées)
- ne mettez pas votre date/lieu de naissance sur Internet, ni vos seconds prénoms.

Pour information : guide du bon sens numérique :

<https://www.axaprevention.fr/conseils-internet/internet-vie-privee/risques-internet-bon-sens-numerique>

Conseils de la CNIL pour maîtriser sa réputation en ligne :

<https://www.cnil.fr/fr/nos-conseils-pour-mieux-maitriser-votre-reputation-en-ligne>

La vie numérique laisse des « traces » qui peuvent avoir un impact en termes d'**identité**, mais aussi de **réputation**. Cet impact peut être **positif (notoriété)** ou **négatif** (vol d'identité, destruction d'une réputation, ...).

On ne contrôle pas sa réputation, mais on peut la gérer, en adoptant des **comportements** socialement acceptables pour avoir une bonne réputation, ou en utilisant soi-même des outils pour mieux communiquer (profil en ligne, plus de faits que d'opinions, ...). Il est possible de mieux se faire connaître grâce à Internet.

Bâtir son identité numérique est un élément déterminant pour ses futurs succès. Les recruteurs vous recherchent sur Internet et dans les réseaux professionnels. Il est préférable qu'ils y trouvent des informations positives et concordantes avec l'identité professionnelle et le projet.

Exemples de services spécialisés dans la promotion de marque personnelle :

- | | | |
|--------------|------------------|----------------------|
| - LinkedIn | - Brand-yourself | - CV-20.com (CV 2.0) |
| - LookUpPage | - Naymz | - Plaxo |
| - Qalias | - Squidoo | - Viadeo |
| - Ziggs | - Ziki | |

Gérer sa réputation, au-delà de créer de l'information (CV en ligne par exemple), c'est aussi **surveiller et défendre sa réputation**. La surveillance de la réputation sur internet doit être régulière, car de nouveaux contenus sont publiés en permanence.

En cas de publication d'un contenu nuisible, il est possible d'obtenir le retrait d'un contenu à l'amiable (demande de modification d'URL).

Il existe également – avant la voie judiciaire – des techniques de nettoyage :

- demande de réindexation à Google
- connexion sur la page modifiée, pour qu'elle soit mise à jour par les robots.

Toutefois, ayez à l'esprit que le droit de rectification ou le droit à l'oubli relèvent du mythe sur Internet.

Il est possible également de « changer » d'identité, notamment pour supprimer aussi les homonymies dérangeantes : accoler le nom d'époux ou d'épouse, indiquer le nom de famille de la mère...

« Cela prend 20 ans pour construire une réputation et 5 mn pour la ruiner ... » - Warren Buffet

3.2 Les réseaux professionnels

Pour aller plus loin, sachez qu'un **réseau professionnel** est au cœur d'une démarche efficace pour construire sa marque personnelle et la promouvoir.

L'importance du réseau professionnel n'est jamais aussi criante que lorsqu'on se retrouve au chômage ou en difficulté dans sa carrière. Il faut donc **gérer et développer son réseau dans la durée** : rencontrer régulièrement des membres du réseau, envoyer des messages, donner des tuyaux, passer une information, ...

Le principal objectif est de « donner ». Le jour où cela sera nécessaire, il est possible de s'appuyer sur un réseau « vivant » et se mettre en situation d'**obtenir un retour, compte tenu de ce qui a été donné aux autres quand tout allait bien.**

Les membres du réseau ne sont pas égaux, le niveau est à privilégier, puis le 2 et enfin le 3.

Niveau		Noms, ...
1	Noyau dur, cœur du réseau, bonne connaissance mutuelle, réussites. Ces personnes ont un impact sur la réputation professionnelle (réseau de références)	
2	Contacts liés à des rencontres, discussions (en face-à-face ou en virtuel), ... Assez bonne connaissance mutuelle	
3	Contacts liés à des rencontres ponctuelles ou virtuelles. Faible connaissance mutuelle	

Pour construire son réseau :

- inscrivez-vous sur les réseaux sociaux en ligne (LinkedIn, Viadeo, Facebook, ...). LinkedIn est l'outil le plus recommandé par le Ministère. Pour bâtir votre compte vous pouvez vous référer aux conseils suivants : http://intra.cmvrh.sg.e2.rie.gouv.fr/IMG/pdf/fiche_linkedin_creer_son_profil_2019_cle1d8e2c.pdf
- utilisez des sites de micro-blogging avec gestion des flux d'activité (Twitter, ...)
- participez à / ou organisez des rencontres, conférences, ...
- téléphonez à vos contacts de temps en temps
- participez à des formations utiles à l'expertise et au réseau de contacts
- adhérez à des associations ou réseaux professionnels (rôle actif pour être visible : bénévolat, conseil d'administration, ...)
- créez une organisation si elle n'existe pas : association, espace collaboratif, forum, ...
- écrivez des articles, publiez un livre, un blog, une newsletter
- écrivez des cartes de remerciement, de félicitations, de vœux, quand c'est sincère, authentique et que cela vient du cœur (la flatterie, l'hypocrisie sont visibles)

3.3 Références et recommandations

Grace à des profils en ligne et aux réseaux sociaux professionnels, un recruteur peut **consulter les références** de certains candidats sans les demander. Les **références** sont un outil utile à la gestion efficace de la carrière.

Le réseau de références est différent du réseau de contacts, il correspond aux **actions réussies**. Il s'agit de rendre visibles ces références à travers des **recommandations** et de les faire connaître.

Les références peuvent apporter un éclairage sur les qualités humaines, les valeurs, l'expertise, ... Elles montrent les facettes du potentiel (créativité, expertises cachées, qualité de leader, raisonnement logique, communication, ...).

Il faut plusieurs mois ou plusieurs années pour créer des liens de confiance. Ce travail se capitalise dans le temps. L'idée étant de « ne pas perdre » ces références mais au contraire de les conserver. Il est plus facile d'obtenir une recommandation à la fin d'une mission, plutôt que des années plus tard. Toutefois, il est également possible de reprendre contact avec son réseau de références.

Les réseaux sociaux professionnels sont spécialisés dans la mise en relation et la gestion du réseau de contacts professionnels. Ils disposent de fonctions permettant d'obtenir des **recommandations ou témoignages** (LinkedIn, Viadeo, ...).

Le principe est simple : obtenir des mises en relation, en mettant en ligne son carnet d'adresse pour pouvoir utiliser celui de ses contacts. C'est un jeu **gagnant / gagnant**.

Les services spécialisés permettent de créer un réseau de références (CV2.0, Naymz, Reprvine, ...).

Ces outils permettent de faire preuve de **transparence**. Cela peut « mettre en confiance » un nouvel interlocuteur, recruteur, client, ...

Les « références » permettent de montrer une ouverture, de la créativité, des prises d'initiatives, une attitude positive...

Vous pouvez aussi obtenir ou solliciter la rédaction d'une **recommandation**.

Il existe différents types de recommandation :

- recommandation de mise en relation ;
- recommandation de validation de compétences (action réussie).

Le format peut être libre, mais il est préférable, pour le deuxième type, d'utiliser le format CAR :

C	Contexte de l'action réussie
A	Action réussie (description)
R	Résultats obtenus

Si vous sollicitez une recommandation, demandez à votre « référence » de rédiger au format CAR.

Il est possible aussi de compléter par quelques questions (en complément du format CAR) :

- qu'avons-nous fait ensemble avec succès ?
- en quoi ai-je dépassé tes attentes ?
- quels sont les aspects positifs de notre relation que vous souhaitez mettre en avant (qualités humaines, valeurs, expertise, ...) ?

Habituellement, le « manager » fait une recommandation à son collaborateur. L'inverse est possible aussi ! Il est tout aussi pertinent de recueillir des recommandations des membres de son équipe.

3.4 Mon public, mes concurrents

Pour mieux se connaître, il est utile, à terme, de comprendre qui est notre **public** et qui sont nos « **concurrents** ».

Le public, c'est l'audience, la cible, le client final (personnes de l'entreprise, clients, zones géographiques, ...). Il faut décrire son public avec précision : nombre, noms, âges, situations professionnelles, formation, loisirs, ...

Mon public ? ...	
-------------------------	--

Les concurrents : les identifier permet de travailler les **facteurs différenciateurs**. Qu'est-ce qui me démarque des autres ?

Mes concurrents ? ...	
Services en plus ou en moins par rapport à eux ?	
Différences avec les concurrents ? Activités ? Avantages ? ...	
Critères et éléments qui seront pris en compte par l'audience pour faire son choix ? Ces critères et éléments servent à faire la différence entre moi et les autres.	

3.5 Le blog

Le blog représente l'outil par excellence du « personal branding ».
Un blog aide à passer de l'information à la conversation.
Cependant c'est un outil impliquant.

Êtes-vous prêt à créer votre blog ?

Créer et faire vivre un blog est consommateur de temps et s'inscrit dans la durée.

Pour savoir si vous êtes prêt à publier des contenus sur votre propre blog, passez deux tests :

- lisez les blogs des autres régulièrement (en rapport avec votre identité professionnelle), pour vous former à la mécanique du blogging et voir si vous y prenez plaisir
- écrivez des commentaires sur les blogs des autres avec du contenu **utile, constructif, critique**, ...

Créer et gérer son blog :

Utiliser un service de création de blog :

- Blogger
- Wordpress
- Viabloga
- Blogspirit
- Typepad

Quelques recommandations :

- ✓ Tenir dans la durée ;
- ✓ Intéresser les lecteurs ;
- ✓ Cela implique du professionnalisme et de la patience ;
- ✓ Faire la promotion de son blog chaque fois que possible.

Astuce : Si le blogging est trop lourd, optez pour le micro-blogging (twitter, ...). Il permet de publier des micro-billets en répondant à la question « que faites-vous ? » (actualité).

Conclusion (et pour aller plus loin)

Qui êtes-vous réellement ? Où voulez-vous aller ? Voilà des questions plus importantes que d'apprendre à rédiger un CV ou une lettre de motivation.

Les règles de l'image de marque :

- Être sincère et authentique : pas de décalage entre ce que vous dites et ce que vous faites (sphère publique et privée) → =principe de congruence
- Être précise
- Être associée à une valeur, une idée positive
- Être reconnue par les pairs et l'entourage
- Montrer votre différence par rapport aux autres (sortir de la masse)
- Être plus visible que les autres
- Prendre du temps pour s'établir : il faut être patient et y consacrer du temps

Pour aller + loin, nous vous encourageons à consulter le [Guide DGAFP \(2020\)](#) « agir pour son projet pro », en y entrant par vos besoins - pages 12 et 13.



Annexe : Liste des liens utiles par thématique

Contacts

- [Vos contacts](#) en ZGE Auvergne-Rhône-Alpes

Construire son projet pro. et prendre son envol

- [Guide DGAFP \(2020\)](#) « agir pour son projet pro ». (→ entrer par les besoins - pages 12 et 13)
- Construire son image de marque personnelle ou « personal branding » : [Padlet](#)
- Dispositif « ITAC » : [Communauté d'agents « voyageurs » du pôle ministériel](#) pour échanger sur vos expériences, envies de mobilité extra-ministérielle

Se connaître :

- Autodiag. managérial (appétences/rôles préférés en équipe) : *contacter le [pôle conseil](#) pour + d'infos*
- Motiva, pour identifier ses domaines d'intérêts et motivations : *contacter le [pôle conseil](#) pour + d'infos*
- [Test d'assertivité](#) pour prendre conscience sa relation aux autres
- [Test \(opérateur privé\) « pour quel métier de la fonction publique êtes-vous fait »](#)
- Test de ses compétences informatiques : [site national officiel PIX](#)

Connaitre les métiers :

- Outil d'aide à l'identification des métiers de l'État : [ODAIM](#)
- Répertoires métiers : [Ecologie](#), [Interministériel](#), [FP Territoriale](#) (dont [Auvergne-Rhône-Alpes](#)),

Connaitre les postes à pourvoir :

- [Ministère de l'écologie, l'application mobilité](#)
- pour les 3 fonctions publiques, le site « [Place de l'Emploi Public](#) » - (voir aussi le [guide dédié](#)).

Préparer sa candidature :

- [Rubrique intranet recrutement](#)
- Création de CV en ligne : [site Pôle Emploi](#)
- [Dictionnaire des compétences](#)
- Améliorer son orthographe : [site « ecriplus »](#)
- Zoom (vidéo) sur les compétences informatiques à valoriser : [site LinkedIn](#)
- Simulateurs d'entretien [DGAFP](#) et [APEC \(cadres\)](#)
- Capsules (quiz pédagogiques) recrutement : [CV, LM, entretien](#) et [processus de recrutement](#)

Se professionnaliser

- Formations proposées par le ministère (CVRH, ...) : [site intranet](#)
- Formations interministérielles (SAFIRE) : [site internet](#)
- Répertoire national de la certification professionnelles (RNCP) : [site france competences](#)
- Diplômes universitaires (DU) proposés par le ministère : [site intranet](#)

Devenir formateur et/ou jury de concours internes

- [Etre formateur MTE](#)
- [Etre jury de concours](#)