

Christina Malinjud

Un nouveau look pour l'emploi

*Comment vous mettre en valeur
dans votre communication professionnelle
et vous présenter à l'entretien d'embauche*



Avant-propos

Chacun d'entre nous sera un jour ou l'autre confronté à une recherche d'emploi et au de là à l'entretien d'embauche. En effet, si le bilan de compétences, la présentation du CV et la lettre de motivation sont des éléments clés très importants pour décrocher l'emploi de vos rêves, l'entretien d'embauche ne l'est pas moins. Au contraire, c'est lui qui confortera ou non le recruteur dans son choix d'engagement. En effet, l'expérience sur le terrain auprès de recruteurs potentiels, a montré, qu'à compétences égales, la priorité sera donnée à la personne qui aura une apparence avenante et en adéquation avec l'emploi proposé ! Pire, certains candidats se sont vus refuser un emploi par rapport à leur apparence vestimentaire, tatouages, piercings ou autres « défauts » physiques, tels que l'obésité, une pilosité excessive ou des taches de naissance. Même si « aucun salarié ne peut être licencié en raison de son apparence physique » selon l'article L. 122-45 du code du travail, cette loi peut être facilement contournée. C'est ainsi que l'on m'a rapporté l'histoire d'un stagiaire que l'on a assiégé au télétravail car son look ne correspondait pas à l'identité de l'entreprise. Un article paru dans le quotidien « Le Figaro » en date du 25 avril 2014, révèle plusieurs exemples de salariés qui ont dû se battre pour réintégrer leur poste, suite à un licenciement abusif provoqué par leur apparence (port du catogan ou mèches vertes).

Il existe bon nombre d'ouvrages sur la bonne façon de communiquer et de se mettre en valeur par le verbe parlé et écrit. Trop peu sont ceux qui expliquent l'importance de bien se préparer à l'entretien d'embauche et surtout comment bien se présenter physiquement, la maîtrise du protocole pour se sentir à l'aise face au futur employeur et comment être crédible par une apparence et un langage corporel en parfaite osmose.

Ce livre est une guide du savoir-être et du savoir-paraitre. Il vous donnera des conseils et astuces pratiques, qui vous aideront dans votre mise en valeur personnelle lors de votre recherche d'emploi et dans votre communication professionnelle.

EXTRAIT

Bien comprendre qui vous êtes et surtout vous accepter.

Pour bien comprendre qui vous êtes et vous accepter, il faut revenir en arrière, lorsque vous étiez enfant.

Votre identité s'est créée à la naissance. En effet, chacun a une identité ethnique, religieuse et sociale. Viennent se greffer l'éducation reçue, l'environnement dans lequel on grandit, le vécu personnel de chacun et puis l'image que l'on donne aux autres. Les parents sont nos premiers référents en la matière, puisqu'au début l'enfant se perçoit à travers la mère et le père.

Ce n'est que vers l'âge de deux ans, qu'un enfant réalise, grâce au miroir, que celui-ci reflète sa propre image. Il constate à ce moment-là qu'il est une personne à part entière.

Avec le temps, d'autres personnes importantes dans votre vie ont contribué à votre personnalité et à la construction de votre image. Il peut s'agir de maitresses et d'instituteurs d'école maternelle et primaire, d'amis de classe au lycée, puis de collègues de travail et de personnes qui ont compté dans votre vie sentimentale et affective. En somme, toutes les personnes qui vous entourent portent un regard sur vous. Tous ces regards vous ont forgé une identité et ont contribué à avoir une bonne ou une moins bonne estime de vous. Votre vécu et votre personnalité ont aussi de l'influence sur le regard que vous portez sur vous-même. Si le regard porté sur vous a été bienveillant et positif, vous aurez une bonne estime de vous. Si votre vécu a été plus difficile, que vous êtes en souffrance, vous aurez une moins bonne estime de vous, tout simplement par rapport au regard que d'autres auront porté sur vous. L'image que vous vous serez forgée sera dès lors différente.

Quoi qu'il en soit, il est important que lors de votre entretien

d'embauche, vous avez une bonne image de vous pour pouvoir donner une image positive et rassurante au recruteur. Il est de ce fait primordial d'être au clair avec vous-même et de l'image que vous renvoyez et ce même avant de cibler les différentes entreprises dans lesquelles vous pourriez postuler.

Si pour l'une ou l'autre raison vous n'aviez pas une bonne estime et image de vous, je vous encourage à faire un travail sur vous-même avant de partir à la recherche d'un emploi.

Si vous n'êtes pas certain de l'image que vous projetez, testez-vous auprès de votre entourage. Demandez par exemple à des connaissances, évitez la famille et les amis proches qui n'auront pas toujours assez d'objectivité, de vous dire dans quel milieu professionnel ils vous verraient évoluer. Comparez leurs réponses avec vos propres ressentis et impressions. Vous serez peut-être étonnés des résultats. En cas de grandes interrogations, faites-vous faire un bilan de compétences avant de cibler le domaine professionnel. Mais posez-vous aussi la question et surtout répondez-y franchement :

« Quel style de société me convient, où ai-je envie de travailler ? » Est-ce plutôt une TPE/PME, une multinationale ou peut-être avez-vous envie de créer votre propre entreprise ? Vous pouvez vous aider de visuels pour cet exercice. Découpez dans différents magazines de mode, de décoration et de voyages, des personnes auxquelles vous pensez ou aimeriez ressembler. Cela peut-être au niveau de la personnalité ou du look, voir les deux. Choisissez ensuite des photos de bureaux ou d'endroits dans lesquels vous vous verriez travailler. Projetez-vous dans un « ailleurs », que celui-ci soit géographique ou professionnel. Rassemblez toutes vos images et faites un collage pour bien cerner vos désirs. Puis, collez des gommettes de couleur dont chacune signifiera un ordre d'importance, sur vos images. Non seulement vous verrez mieux vos idées et pourrez, grâce à vos découpages, vous projeter, mais en plus vous aurez un classement par ordre d'importance. Est-ce la taille de l'entreprise, le domaine, l'emplacement géographique qui sont importants pour vous ? Vous verrez ainsi au premier coup d'œil si pour vous il est plus important de travailler dans un environnement international ou si vous aimeriez diriger une petite boutique en Guadeloupe. Ce sont des extrêmes, bien entendu, mais cet exemple montre qu'il est important de bien poser ses priorités et de

réfléchir avant de passer à l'action. Cet exercice vous permettra de mieux vous situer. Car avant d'entreprendre vos démarches, il est primordial de bien cibler votre futur employeur ainsi que vos propres désirs et compétences.

Sachez que chaque entreprise, même petite, a sa propre identité et reflète une image qui lui est propre. En anglais cela s'appelle la "corporate identity" Une identité que l'on trouve en général dans les couleurs de l'entreprise, le logo, le message, le site internet, le mobilier de bureau, mais qui doit aussi se retrouver chez tous les employés et collaborateurs au niveau du savoir-être. Cela commence par l'apparence, en passant par l'accueil téléphonique et bien entendu le savoir-faire de chacun. Il suffit de penser aux grandes sociétés, aux banques ou aux enseignes de supermarché. Observez ces différentes entreprises, comparez-les et voyez le message qu'elles véhiculent. Vous comprendrez vite ce que sont l'identité et l'image d'une entreprise.

A noter aussi que si vous décidez de devenir créateur d'entreprise, il est primordial de donner une identité à la vôtre pour pouvoir vous placer positivement sur le marché et surtout vous démarquer de la concurrence. Et encore une fois, donner une identité à votre entreprise commence par l'identité de son créateur, à savoir VOUS.

Connaitre les différents milieux professionnels pour cibler le vôtre.

Pour bien cibler les entreprises dans lesquelles vous seriez susceptible de travailler, il faut avant tout connaître les différents milieux professionnels. Sachez qu'il en existe trois qui se basent de part et d'autre sur l'économie traditionnelle et l'économie moderne. Les sociétés qui découlent de l'économie traditionnelle présentent un organigramme classique et sont généralement les enseignes de tradition ou transmises de « père en fils », ainsi que les sociétés classiques ou formelles. On y retrouvera les banques, les assurances, la justice, l'hôtellerie et la restauration de tradition. Les grandes écoles ou l'industrie automobile de luxe entrent aussi dans cette économie, mais aussi certaines enseignes de luxe dans le domaine de la haute joaillerie ou de la confection sans oublier le milieu politique. Ces entreprises font partie du milieu professionnel formel. Il est à noter qu'ici il ne s'agit pas de la taille de l'entreprise, mais

bien de leur système économique.

Ces sociétés ou entreprises familiales sont donc basées sur le système de l'économie traditionnelle et ont de ce fait des codes traditionnels, assez stricts. Ces codes se retrouvent aussi au niveau vestimentaire.

Les entreprises se basant sur un modèle économique moderne seront celles qui font partie du milieu professionnel moderne. L'on y trouve la presse, l'audiovisuel, les cosmétiques ou la mode. Les sociétés pharmaceutiques entrent aussi dans ce milieu professionnel ainsi que toutes les sociétés qui veulent donner une image contemporaine. On peut donc aussi y citer certains hôtels, restaurants ou une partie de l'industrie automobile, ainsi que bon nombre d'enseignes de confection. En somme toutes les entreprises qui désirent donner une image jeune et dynamique. Bien entendu, cela se retrouvera au niveau de la communication et aussi au niveau des codes vestimentaires.

Le troisième milieu professionnel est le milieu décontracté ou "casual business" en anglais. Alors pourquoi cette dénomination ? Elle nous vient des Etats Unis, où l'on a instauré le "casual friday", le vendredi décontracté. En effet, dans les sociétés plus rigides demandant des codes vestimentaires strictes, les hommes peuvent laisser tomber le veston et la cravate à la veille du week-end. Les femmes quant à elles ont le droit de porter des jeans et des sandales, ce qui n'est pas le cas les autres jours de la semaine. On "fête" ainsi l'arrivée du week-end qui par définition, est plus décontracté. De ce "casual friday" est né le "casual business", donc le milieu professionnel décontracté. Nous y trouverons toutes les entreprises petites ou grandes qui n'imposent pas de code vestimentaire. Comptons parmi elles, les hôpitaux, les laboratoires, le milieu associatif, le théâtre, le milieu sportif (fitness) et les agences de publicités. Certaines boutiques, restauration rapide, bars en font aussi partie. Cette énumération n'est pas exhaustive.

Pour vous, il est important de connaître ces trois grands milieux professionnels, tout d'abord pour déterminer dans lequel vous vous verriez travailler mais aussi une fois que vous aurez postulé et décroché un entretien d'embauche, adapter non seulement votre savoir-être mais aussi votre apparence.

L'importance de l'apparence dans la communication.

L'entretien d'embauche ainsi que tout entretien professionnel est un acte de communication.

Lorsqu'on parle de communication, on distingue la communication verbale et non verbale.

Elles interviennent toutes deux dans l'émission d'un message.

La communication verbale est celle par laquelle nous communiquons avec les mots d'une part, mais aussi par notre débit, l'accent et l'intonation de la voix. C'est le para-verbal.

La communication verbale contient les mots et les phrases que nous prononçons. C'est donc ce que nous disons effectivement mais qui n'intervient qu'à 7 % dans le message plus notre façon de l'exprimer par des silences, des intonations, articulations qui interviennent à 38 % dans ce même message.

La communication non verbale est celle qui se compose de notre gestuelle, des mimiques du visage, des rides, des expressions, du langage du corps et de notre apparence tout entière. Elle intervient à 55 % dans le message que nous émettons. L'apparence fait partie de notre enveloppe. C'est ce que nous pouvons influencer, changer, déterminer. C'est ce par quoi nous nous identifions ou non à un groupe et à certains codes. Ainsi, notre apparence peut servir à nous mettre en valeur, à nous cacher ou même dans certains cas à nous dénigrer.

Votre enveloppe se compose de votre coupe de cheveux, du maquillage, des vêtements et des accessoires : chaussures, sacs, mallettes et bijoux.

Comme évoqué, la communication non verbale entre à 55 % dans la première impression et prend nettement le dessus sur la communication verbale. C'est donc votre communication non verbale qui va donner votre cote de sympathie à votre vis-à-vis, c'est elle qui va faire que votre interlocuteur aura envie de faire plus ample connaissance, de vous écouter, voire de travailler avec vous. Votre façon de vous vêtir et de vous tenir prennent ici toute leur importance. Et quand vous saurez que la première impression se joue en pas moins de 10 secondes et que l'on a jamais l'occasion de faire une deuxième bonne première impression, vous comprendrez l'importance à apporter à votre apparence !

Mais il ne s'agit pas de juste « bien » s'habiller. Bien entendu, il faudra

avant tout être soigné sur soi, mais il faut surtout que l'apparence entière soit en accord, qu'il y ait une osmose entre votre être et votre paraître. Pour cela, il va falloir rester vous-même dans un souci d'authenticité et de crédibilité. En clair, il est inutile de ne pas vous sentir à l'aise dans votre tenue ou d'en choisir une qui ne calque pas à votre personnalité, car cela risquerait de se ressentir sur vous. Si vous n'avez pas l'élocution et la gestuelle qui cadrent avec votre look, quelque chose sonnera faux et cela risquerait de se retourner contre vous. Il est de ce fait important et primordial de bien choisir votre milieu professionnel au départ. Inutile de vouloir travailler chez *Christian Dior* si vous n'êtes à l'aise qu'en jeans et en baskets ou de postuler dans un centre aéré si vous aimez les tailleurs stricts et les talons hauts.

Cela peut vous paraître superficiel, car le dicton dit bien que " l'habit ne fait pas le moine ".

Néanmoins, dans la société d'image dans laquelle nous vivons, rien n'est plus faux !

Pensez aux hommes et aux femmes politiques. Ils ont tous le look de l'emploi et cela se retrouve au niveau de leur apparence : langage du corps, vêtements, élocution. Des experts en communication et en image sont à leur disposition pour faire de leur communication une réussite.

Peu importe le milieu professionnel que vous visez, vous devez parvenir à être authentique au niveau de votre apparence. Votre authenticité sera le garant de votre crédibilité.

Cela s'apprend et cela se travaille.

C'est ce que nous allons essayer de faire ensemble au fil de ces pages, dans le seul et unique but : faire une bonne première impression et séduire votre recruteur !

Avant tout : l'hygiène et le soin.

C'est la grande règle d'or. On peut vous pardonner beaucoup de choses lors de votre entretien d'embauche, mais on sera intransigeant sur votre hygiène et le soin que vous aurez apporté à votre corps et à vos vêtements. Veillez donc tout particulièrement à être propre sur vous : cheveux lavés, coloration refaite si nécessaire (évitez les racines grises ou d'une autre couleur que le reste de la chevelure), dentition soignée, vêtements non troués et repassés. Veillez aussi à bien recoudre tous les boutons de vos