

PAR HERVÉ BOMMELAER



consultant à
L'Espace Dirigeants

Le réseau, bon antidote à la crise

Un bon réseau de relations est indispensable dans de nombreuses phases de la vie professionnelle. En phase de recherche d'emploi, bien sûr. Et aussi dans la vie de tous les jours, qu'il s'agisse de consolider sa position au sein d'une société ou de développer commercialement une activité. Mais, développer, entretenir et exploiter un réseau efficace exige du temps, des efforts et un vrai savoir-faire.

REPÈRES

It's not what you know, it's who you know! Cet adage américain – ce qui importe ce n'est pas ce que vous connaissez mais qui vous connaissez – est particulièrement pertinent en matière de recherche d'emploi : plus des deux tiers des recrutements ne font pas l'objet d'annonces formelles et passent donc par les « réseaux » qu'ils soient informels ou organisés.

■ Comment, pour un cadre en transition de carrière, optimiser sa recherche d'un job alors que le marché de l'emploi est en crise ? Comment, pour une personne en poste en entreprise, éviter un licenciement lié à la crise et continuer à progresser dans sa société ? Comment, pour un consultant ou une TPE, développer du nouveau business quand le chiffre d'affaires pique du nez ? Voici trois problématiques *a priori* différentes dont la solution réside dans un mot magique : le réseau.

Un art et une technique

Dans la recherche d'un job, et tout particulièrement en période de crise de l'emploi, le réseau représente, pour tout cadre confirmé, la voie royale : le réseau, c'est 80 % de vos chances de trouver le bon job.

Groupe d'activation

L'activation du réseau est plus efficace si l'on rejoint une structure ou un groupe. Si vous n'êtes pas suivi par un cabinet d'*outplacement*, inscrivez-vous dans le groupe d'activation ou réseau qui vous convient le mieux. Une fois intégré dans un groupe, soyez actif : suscitez les échanges, donnez et recevez, rayonnez auprès des autres. Car, en recherche d'emploi, c'est toujours l'énergie du candidat qui fait la différence et donc son succès.

L'activation réseau en recherche d'emploi est un art et une technique. Elle s'appuie sur des piliers bien identifiés : avoir un projet professionnel clair et atteignable ; identifier des cibles précises : des entreprises et non pas seulement des secteurs ; savoir dépasser son réseau direct pour accéder aux deuxième et troisième cercles, c'est-à-dire rencontrer des personnes inconnues ; utiliser la recommandation, l'arme absolue qui vous permet de rencontrer qui l'on veut ; maîtriser les techniques de mise en contact : le *mail* et l'appel réseau ; savoir piloter les rencontres réseau pour en sortir avec des noms de personnes à contacter ; effectuer un suivi scrupuleux de ses contacts et éviter le « réseau Kleenex » ; se faire accompagner par un spécialiste pour professionnaliser sa démarche ; être assidu, déterminé, discipliné, actif et persévérant.

Consolider sa position

En période de crise, l'entreprise examine à la loupe la contribution de chacun de ses managers. Or, les études montrent clairement que, à expérience égale, ce sont les individus bénéficiant du meilleur réseau en interne qui ont le plus de chance de conserver leur job. Voilà une excellente raison pour travailler son *networking* en interne. Ne mettez pas les mitrailleuses en batterie autour de votre bureau,

Le réseau, c'est 80 % de vos chances de trouver le bon job

ne disparaissent pas sous les dossiers. Soyez présent dans les séminaires, les groupes de travail, les réunions informelles, à la machine à café et intéressez-vous sincèrement aux autres. En période de fortes turbulences, il est aussi vivement conseillé d'être actif et visible auprès de votre réseau externe. Non seulement auprès du premier cercle des proches mais aussi et surtout dans le vaste cercle des « liens faibles », c'est-à-dire toutes ces personnes que vous connaissez et qui vous connaissent, mais que vous ne voyez pas régulièrement. Ce sont ces liens plus lointains qui, lorsqu'ils sont réactivés, donnent les meilleures idées, collectent les bonnes informations et dévoilent les opportunités les plus intéressantes.

Nouvelles relations

Par ailleurs, les périodes de gros temps constituent une occasion en or pour faire de nouvelles rencontres professionnelles et créer des solidarités durables. Dans ce but, il est indispensable de professionnaliser votre action de *networking*. Pour cela, clarifiez vos objectifs, cartographiez votre réseau, définissez votre stratégie et agissez. Et rejoignez les associations d'anciens de grandes écoles, d'anciens d'entreprises, de groupes professionnels, de personnes exerçant le même métier, etc.

Enfin, ne déjeunez jamais seul. Et surtout, ne mangez pas toujours avec les mêmes. Profitez de vos déjeuners pour rencontrer des collègues, clients, fournisseurs, conseils, informateurs, journalistes, ex-collègues, etc. Appliquez la méthode du *Two + Two + One* afin d'optimisez vos déjeuners de la semaine. Vous avez cinq déjeuners par semaine, soit plus de 200 déjeuners annuels en retirant les vacances. Vous bénéficiez donc de 200 occasions de rencontrer des personnes dans l'année sans que cela vous prenne plus de temps que ce que vous aviez l'habitude de faire avant. Le réseau en poste constitue votre meilleur *golden parachute*. Ne le négligez pas.

Two + Two + One

Au lieu de prendre seul – ou toujours avec les mêmes – vos cinq déjeuners de la semaine, consacrez deux déjeuners à d'autres gens de l'interne, deux déjeuners avec des personnes extérieures et un seul déjeuner avec votre cercle habituel.

Une force de vente gratuite

Que vous soyez commercial ou consultant, le *networking* constitue un excellent moyen de prospector et de trouver de nouveaux clients. Comment ? Une fois vos cibles identifiées, l'approche réseau consiste à les rencontrer une à une en utilisant la clé de toutes les portes : la recommandation.

Quand vous appelez un prospect sans vous présenter de la part d'une relation commune, vous vous trouvez en situation d'appel froid. C'est l'exercice le plus courant pour un commercial qui cherche à décrocher un rendez-vous avec une cible identifiée.

En moyenne, il décroche un rendez-vous sur dix tentatives.

L'appel chaud

L'utilisation d'une recommandation change tout. Vous êtes alors en situation d'appel chaud. Lorsque vous appelez un prospect de la part de quelqu'un qu'il connaît, vos chances d'obtenir un rendez-vous sont proches des neuf sur dix. Pourquoi ? Parce que votre interlocuteur fait confiance à votre relation commune. En définitive, ce qui compte n'est pas qui vous connaissez, mais plutôt qui vos relations connaissent.

Clients prescripteurs

Si les prospects représentent vos clients potentiels de demain, n'oubliez jamais que vos clients actuels constituent vos meilleurs prescripteurs.

Aussi, il est primordial de suivre sur le long terme un client qui, non seulement peut avoir à nouveau besoin de vos services, mais peut aussi vous recommander à son réseau. En d'autres termes, si une personne du cercle professionnel de votre client recherche un fournisseur ou un prestataire, il faut qu'il cite votre nom en premier.

En définitive, si vous recherchez une approche commerciale non agressive et un système marketing économique, puissant et efficace, le *business networking* constitue la solution idéale.

Vous disposez en effet, *via* votre réseau, d'une force de vente gratuite qui peut faire la promotion de votre savoir-faire professionnel. ■

Le réseau en poste constitue votre meilleur golden parachute