

Savoir se vendre, ou le “marketing personnel”.

Et si la vente se résumait à un acte d’écoute ? Cela vaudrait pour se vendre soi-même en entretien de recrutement. Faisons le point sur tout ce qu’il est utile d’écouter, à l’extérieur et à l’intérieur de soi.

Savoir se vendre est le problème majeur des candidats en recherche active ou à l’écoute du marché. « À l’écoute » justement - la formule n’est pas anodine -, l’êtes-vous au sens propre ? Au dire des recruteurs, pas suffisamment, l’enjeu d’une embauche est tel qu’il fait de vous un candidat généralement trop autocentré lors de l’entretien. Pourtant, sans écoute pas de vraie rencontre, pas d’échange, pas de vente de sa valeur ajoutée sur un poste, rien qu’une succession de malentendus. À l’écoute, soyez-le tout le temps avec une attention particulière aux points suivants.

Les éléments objectifs

Il y a ce que nous racontent nos croyances personnelles et nos *a priori* culturels comme : vendre, c’est mal, l’arnaque n’est jamais bien loin, quant à se vendre, c’est se vanter ou s’abaisser, c’est pire. Ou encore : les recruteurs, tous des... ~~Tous des ?~~ Et il y a d’autres réalités, telles que : vendre est un échange et les recruteurs, aussi, ont peur de l’erreur, de l’échec de leur mission. « *Il faut déboulonner tous les présupposés culturels négatifs liés à l’acte de vente, en l’envisageant sous un angle positif, utile, et dépasser la mauvaise image que l’on peut avoir des recruteurs, ne pas être sur la défensive vis-à-vis d’eux, difficile sinon de leur donner envie de vous recruter* », explique la coach Nathalie Giudicelli.

Exit donc l’idée reçue selon laquelle le recruteur cherche à vous piéger, ce qui importe c’est d’établir avec lui un rapport d’égalité, de vous positionner en apporteur de compétences. Comme l’indique Thierry Andrieux, fondateur du cabinet de recrutement Humanessence, il s’agit de trouver l’équilibre entre « *l’attitude profil bas qui fait que l’on ne sort pas du lot et la posture sur-jouée qui fatigue son interlocuteur* ». Un truc pour savoir à qui vous avez affaire et trouver le bon niveau d’échange : faites préciser au recruteur ses attentes lorsqu’il vous

demande de vous présenter, il parle ainsi le premier et vous donne une idée du ton. *« Cela s'appelle requalifier la demande du client et ce basique d'école de vente nécessite une bonne écoute préalable »*, ajoute-t-il.

Les besoins de votre interlocuteur

On envoie à un recruteur des signes d'écoute, d'intérêt de diverses façons : avoir lu attentivement l'offre d'emploi fait qu'on ne parle pas d'une offre lambda, de même que s'être préparé solidement à l'entretien - pendant environ une heure, c'est impératif - avec tout ce que cela suppose de recueil d'informations sur l'entreprise, son environnement, ses métiers, etc., de même que poser des questions pertinentes. L'écoute fait de vous un **candidat empathique**, c'est-à-dire capable de se mettre à la place de l'autre et de comprendre ainsi que le recruteur a besoin d'informations claires et précises ; elle vous rend capable de les lui apporter sans énoncer un discours plaqué.

Pour vous aider, il existe des outils comme le rappelle Nathalie Giudicelli : *« Préparez un -pitch- de trois à cinq minutes, qui résume votre parcours de façon positive et apprenez-le par cœur. Pour ce faire, revisitez votre histoire d'un point de vue positif. L'exercice a aussi le mérite de vous aider à élaborer CV et lettre de motivation, et de vous préparer à faire face aux objections donc de connaître vos points faibles, de vous apprendre à argumenter à partir d'eux »*. Cette présentation est une trame, elle est, comme nous le disions précédemment, à adapter en fonction de chaque interlocuteur.

Vous-même

À l'intérieur de vous s'agitent des envies, des contradictions, des doutes... Écoutez la petite voix qui vous pousse à oser, à y aller gagnant : *« On va à un entretien en y croyant, avec des idées positives dans la tête »*, souligne Nathalie Giudicelli. Écoutez aussi celle qui vous rappelle votre réalité, vos contraintes, vos limites : *« Pour la négociation salariale par exemple, il faut savoir ce qu'on est prêt à lâcher, ce que l'on veut à tout prix, sans dérogation possible, c'est valable pour les conditions de travail, les déplacements, etc., et cela se prépare en amont de l'entretien »*, complète-t-elle.

La voix de l'audace

On ne correspond jamais à 100% à un poste, *« il faut quand même tenter sa chance sauf si les écarts entre votre offre de services et la demande de*

l'entreprise sont trop grands », pointe Nathalie Giudicelli. Vos lacunes concernent par exemple l'anglais, vous pouvez vous appuyer sur le fait que vous vous êtes inscrit à des cours d'anglais pour les combler. L'audace vous poussera peut-être à exagérer, après tout, vous jouez ainsi le jeu du recrutement qui consiste à vous mettre en valeur.

« *Je préfère qu'un candidat soit de Marseille plutôt que menteur* », fait cependant remarquer Thierry Andrieux, d'Humanessence, pour dire qu'il vaut mieux indiquer « anglais opérationnel » que « bilingue anglais » si l'on n'est pas sûr de sortir gagnant du test que ne manquera pas de vous faire passer le recruteur.

Enfin, pourquoi ne pas prendre certaines situations d'entretien pour ce qu'elles sont, des essais qui vous rôdent ? Écoutez la voix qui vous dit qu'avoir échoué cette fois n'est pas grave, qui vous enseigne que vos erreurs vous aident à mieux préparer les entretiens suivants.

Sophie Girardeau

Un article à retrouver [ici](#)