

DEVENEZ COMPTABLE
En étudiant chez vous, à votre rythme

IFP 1ère école à distance pour les métiers comptables

022 364 86 30

www.formationcompta.ch

Cadres	2 à 4
Restauration/Hôtellerie	2 à 3
Finance/Comptabilité	3
Marketing/Communication	3 à 4
Banque/Assurance	4 à 6
Médical, paramédical et social	5 à 6
Industrie/Ingénierie	7 à 10
Informatique/Télécoms	10 à 11
Bâtiment/Construction	11 à 12
Arts et métiers	12 à 13

Apprentissage	13
Vente/Représentation	13 à 14
Commerce/Administration	14 à 16
Emplois divers	16 à 19
Enseignement	19
Petites annonces	19
Formation	
Educatrice sociale ou l'intérêt pour autrui comme fil rouge	20

300 NOUVELLES OFFRES CHAQUE JOUR

TROUVEZ LE JOB QUI VOUS CONVIENT.

jobup.ch
N°1 en Suisse romande

24 Emploi

305 OFFRES

Nouveau job ou promotion: ayez un projet bien ficelé!

Un projet professionnel est indispensable pour se réorienter, changer de firme ou obtenir une promotion

Catherine Santoru

Marc* était un menuisier épanoui dans son travail. Jusqu'à ce qu'un problème de dos l'empêche de poursuivre son activité. Aujourd'hui maître socioprofessionnel, il travaille comme encadrant dans un atelier protégé, institution vaudoise pour les handicapés ou personnes en difficulté sociale.

Il aurait difficilement pu se réorienter sans un nouveau projet professionnel, appelé également «cible professionnelle» dans le langage technique du monde de la réinsertion. Cela est devenu un passage aussi utile qu'obligé pour tout adulte qui souhaite, ou doit, se réorienter, changer d'employeur, ou encore qui aspire à une promotion dans son entreprise. Pourtant, encore trop nombreux sont celles et ceux qui le résument simplement au choix d'un métier ou à un changement de profession.

Mais qu'est-ce donc? «C'est un travail de réflexion qui permet de confronter ce que l'on désire faire, ses compétences, avec la réalité du marché de l'emploi», définit



L'idéal est de se faire aider par un professionnel de la réinsertion. CORBIS

Cédric Wyss, directeur adjoint de SwissNova, à Genève. Pour Philippe Zin, coordinateur de l'association Argynis dans le canton de Vaud: «C'est un bilan qui permet de prendre conscience de ses compétences, c'est-à-dire de sa valeur marchande sur le marché du travail. Un projet professionnel aide aussi à définir dans quel métier, dans quelle fonction je vais pouvoir m'épanouir, être en phase avec ma personnalité et mon activité. Cela demande un travail d'introspection.»

Comment identifier si un pro-

jet est viable? Pour Cédric Wyss, il faut que celui-ci réponde aux questions suivantes: «Qu'est-ce que je veux faire?» «Qu'est-ce que je sais faire?» «Que puis-je apporter dans une profession?» «Que suis-je prêt à faire pour parvenir à mon emploi désiré?» «Comment me vois-je évoluer dans l'entreprise?»

Bien plus, en sachant y répondre, on pourra savoir si son projet est réaliste par rapport à ses compétences, à sa formation, et s'il est réalisable sur le marché de l'emploi. S'il est réaliste et réalisable, il

est considéré comme bon par les spécialistes. Et bien plus vendeur et convaincant vis-à-vis de son propre (ou futur) employeur. En sachant où il va, un candidat devient plus enthousiaste et motivé pour défendre sa candidature.

Mais il n'est pas facile de définir seul sa cible professionnelle, d'avoir du recul sur soi-même et de voir clair sur sa situation. «Il vaut mieux être guidé, recommande Philippe Zin, également consultant indépendant. Il existe un vocabulaire spécifique pour parler de ses compétences qu'il est préférable de maîtriser. Je reçois souvent des gens insatisfaits et convaincus qu'ils doivent changer de profession, alors que ce sont les conditions de travail qui ne leur conviennent plus. Ils aiment encore leur métier mais doivent trouver un autre employeur.» L'idéal est de se faire aider par un professionnel de la réinsertion.

Méthode inhabituelle

Pour sa part, Cédric Wyss conseille une méthode inhabituelle: jouer un jeu de rôle avec un ami ou un proche auquel on aura décrit son projet professionnel, dûment préparé. Cet ami pourra alors évaluer si l'on est convaincu par ledit projet et convaincant dans sa présentation.

Dans une société en mouvement constant, Philippe Zin recommande même de mettre à jour une ou deux fois par an sa cible. Pour ne pas se retrouver décalé par rapport à son métier et à l'évolution du marché de l'emploi.

* Prénom fictif

La chronique du spécialiste

Préparez vos réparties!

Françoise Piron
Directrice de l'Association Pacte



Pas commode pour une femme de se trouver confrontée à un monde masculin, ni bien entendu, à l'inverse, pour un homme d'être plongé dans un milieu exclusivement féminin. Un exemple pour l'illustrer.

Nouvelle responsable de projet, vous vous apprêtez à faire une présentation dans une réunion ne regroupant que des hommes. Vous connaissez votre sujet sur le bout des doigts mais êtes encore peu à l'aise pour prendre la parole en public. Vous êtes en train de vous lancer, lorsque l'un de vos interlocuteurs vous interpelle devant tout le monde: «Vous avez une très belle coiffure ce matin, vous êtes superbe!» Cette remarque vous déconcerte et voilà que vous vous sentez soudain moins crédible devant cette assemblée. Comment réagir?

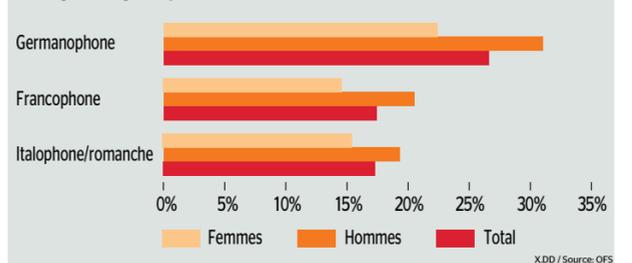
Vous avez le choix entre le silence, mais pas n'importe lequel, appuyé, en fixant votre interlocuteur en lui faisant sentir que ses propos sont hors sujet. Ou l'humour, toujours bien pour détendre l'atmosphère et réussir à retourner la situation en votre faveur. Du style: «Vous aimez? Vraiment! Dans ce cas, je me ferai un plaisir de vous donner l'adresse de mon coiffeur.» Seulement voilà, pour bien maîtriser ces deux attitudes, mieux vaut être aguerri à l'affaire. Répondre du tac au tac avec humour et détachement est loin d'être facile.

Dans un milieu professionnel dans lequel vous êtes minoritaire, vous devenez inévitablement le centre d'intérêt et vos faits et gestes sont amplifiés; alors mieux vaut s'y attendre et préparer ses réparties. Manifester de l'agacement vis-à-vis des compliments ou des plaisanteries est bien entendu la pire des attitudes!

www.pacte.ch

Les bénévoles en Suisse

Par régions linguistiques, en 2008



Réseaux sociaux et RH en Suisse: le vent tourne

L'œil du pro

Vincenzo Ganci
Directeur



Dans la majorité des entreprises suisses, l'utilisation des réseaux sociaux par les ressources humaines (RH) est assez récente. Cela se résume souvent aux recherches de candidats dans LinkedIn, en Suisse romande, ou Xing, en Suisse alémanique. Facebook ne permet pas d'effectuer des recherches en utilisant des critères comme les compétences professionnelles, les langues, etc.

Je suis moi-même un utilisateur professionnel des réseaux sociaux et je remarque une sous-exploita-

tion généralisée des possibilités offertes par ces outils. Beaucoup de professionnels des RH préfèrent encore recourir aux réseaux sociaux «off-line» (associations, réseaux), aux annonces presse ou internet pour entrer en contact avec des candidats potentiels. Cependant, cette tendance a tout récemment commencé à s'inverser grâce à la nouvelle génération de professionnels des RH âgés de 25 à 35 ans. Ceux-ci ont adopté le réflexe d'utiliser des réseaux sociaux. Ces jeunes pros sont consommateurs d'information, de comparaisons et d'avis de leurs homologues diffusés sur les réseaux.

Quand ils recherchent une nouvelle opportunité professionnelle, ils souhaitent connaître l'entreprise, veulent que celle-ci mette en valeur ses éléments de différen-

ces en tant qu'employeur, ainsi que dialoguer avec leurs semblables dans l'entreprise. Une page institutionnelle sur le site Web de la société, consacrée aux opportunités professionnelles dans l'entreprise, n'est plus suffisante.

Les candidats entre 25 et 35 ans recherchent la page Facebook de la société, son groupe d'ex-employés auxquels poser des questions, un forum sur lequel obtenir des réponses et des témoignages beaucoup plus «vivants» et directs par rapport aux informations institutionnelles du site de la société, ainsi que des sites spécialisés pour tester la réputation de la société. Une entreprise qui ne le fait pas perd beaucoup d'intérêt à leurs yeux par rapport à celles qui s'en donnent la peine. Ces réseaux contribuent aussi fortement à améliorer

l'intégration des nouveaux arrivants. Ils facilitent très significativement le dialogue entre les tuteurs, les nouveaux entrants, les homologues, ainsi que la découverte de l'entreprise, en particulier lorsque celle-ci compte plusieurs sites distincts.

Cette génération occupe déjà aujourd'hui des postes de recruteurs et de responsables RH au sein d'entreprises suisses. Et, on peut en être sûr, elle va changer non seulement les outils de communication entre les entreprises et les candidats, mais aussi la stratégie de communication des sociétés, qui sera plus orientée sur l'échange et le partage des informations que sur le flux à sens unique de l'entreprise-candidat.

vganci@careerplusgroup.ch

Le chiffre

386

Tel est le nombre de nouveaux apprentis inscrits à la rentrée 2010 dans les métiers de l'industrie horlogère. Ce chiffre est identique à celui de l'année précédente. Dans le détail, ces 386 nouveaux apprentis se répartissent en 244 horlogers (149 praticiens, 15 en industrie et 80 rabailleurs), 59 micromécaniciens, 38 dessinateurs, 9 polisseurs et deux termineurs en habillage horloger. «Ces bons résultats contredisent l'hypothèse d'un «effet retard» dû à la récession économique que l'industrie horlogère a subi de 2008 à 2010», a communiqué, lundi, la Convention patronale de l'industrie horlogère suisse. JFK

Droit du travail Recueil de jugements

Une surveillance vidéo discrète des employés est-elle absolument interdite sur le lieu de travail? Peut-on licencier un travailleur âgé insuffisamment performant? Un certificat médical peut-il être remis en question? Toutes ces interrogations sont abordées dans l'ouvrage *JU-TRAV 2010*, publié dernièrement par l'Union patronale suisse. Ce recueil de jugements donne un éclairage sur des situations qui, un jour ou l'autre, peuvent déboucher sur un litige entre employeur et travailleur. Ce livre, qui contient les versions française et allemande, peut être commandé sur le site www.employeur.ch au prix de 25 fr. (TVA et frais de port en sus). JFK