



OLMER ZARA

Social Media Strategist / Personal Branding Strategist

LE PERSONAL BRANDING, UN NOUVEL OUTIL AU SERVICE DES RH

Le Personal Branding pour assurer son employabilité et sa visibilité auprès des entreprises

Hier, Pierre Dupont cherchait ses clients avec les techniques classiques. Aujourd'hui, la plupart de ses clients viennent à lui spontanément. Catherine Durand envoyait son CV tous azimuts lorsqu'elle était au chômage. Aujourd'hui, ce sont les recruteurs qui la contactent. Comment ont-ils réalisé ce changement ? Grâce au Personal Branding ! Pierre Dupont et Catherine Durand ont créé leur marque personnelle et ils l'ont faite rayonner pour attirer les clients et les recruteurs à eux. Inversement, de nombreuses personnes perdent leur travail et n'en trouvent plus à cause de leurs contributions, en particulier sur Internet : Ronan est au chômage depuis 2 ans parce qu'il a exprimé ses opinions politiques sur un blog ; 13 hôtesses de l'air licenciées pour avoir critiqué les passagers sur Facebook ; Connor a perdu son emploi le jour de son embauche pour un commentaire critique sur son nouveau travail publié sur Twitter. Aujourd'hui les recruteurs ne se contentent plus de ce que vous déclarez, ils vont chercher des informations sur vous sur Internet. Le Personal Branding est une méthode pour réussir sa carrière en gérant efficacement son identité et sa réputation professionnelles en face à face et sur Internet.

Qu'est-ce que le Personal Branding ?

Personal Branding signifie en français : « Créer et gérer sa marque personnelle ». Notre marque est l'addition de notre identité et de notre réputation professionnelles. Le Personal Branding aide à mieux communiquer sur ses aptitudes métiers, ses expertises, ses

compétences, ses valeurs, ses qualités humaines, ses réussites, bref ce qu'on pourrait appeler ses talents. L'objectif du Personal Branding est de faire rayonner son identité et sa réputation professionnelles pour que les gens viennent à nous avec des offres plutôt que d'être en permanence dans une situation de recherche. Le Personal Branding va bien au-delà du simple marketing personnel (auto-promotion de soi) qui aboutit souvent à donner une bonne image de soi alors que le plus important est de communiquer sur une image authentique. Le Personal Branding, c'est créer une identité, une marque personnelle qui soit authentique et montre votre singularité bien au-delà de votre fonction dans une organisation. Quoi de neuf ? Pas grand-chose, si on pense aux expressions suivantes : il faut se démarquer ; Avoir une bonne image de marque ; Imprimer sa marque dans un projet ; Marquer les esprits ; C'est sa marque de fabrique. Depuis bien longtemps, dans le langage courant, individu et marque sont associés.

Pourquoi et comment construire son identité et sa réputation professionnelles ?

A l'heure du Web 2.0, un cv et des références professionnelles ne suffisent plus pour trouver un travail et progresser dans sa carrière. Construire et promouvoir sa marque personnelle pour être visible, crédible et se distinguer dans son secteur s'impose comme une nécessité. Autrefois réservé aux personnalités publiques et aux dirigeants, Internet a fait du Personal Branding un enjeu pour chacun de nous car il n'y a plus d'inconnus. Inutile de débrancher votre ordinateur, inutile de résilier votre abonnement à Internet, il suffit que votre voisin, votre

collègue ou un ami publie des informations ou son opinion sur vous et vous ne serez plus un inconnu. Internet est une place publique mondiale sur laquelle va se construire votre image de marque. Le Personal Branding est une démarche de gestion de carrière en trois parties. La première partie consiste "à mieux se connaître" pour faire émerger sa singularité, sa valeur ajoutée et expliciter son identité professionnelle. La seconde partie, c'est "mieux se faire connaître" pour faire rayonner sa marque personnelle le plus largement possible sur le web ou dans le monde physique : salons, conférences, association d'anciens, etc. Enfin la troisième partie, c'est "mieux se faire reconnaître" par ses pairs et son entourage, c'est-à-dire construire sa réputation professionnelle grâce à ses références, mais aussi la surveiller ou la défendre si nécessaire. Ce qu'on dit sur vous a souvent beaucoup plus de poids que ce que vous dites sur vous-même !

Quels sont les 5 bénéfices du Personal Branding pour un professionnel ?

1. Faire rayonner son expertise et ses talents dans l'entreprise (communauté, réseaux, mobilité interne, projets) et à l'extérieur de l'organisation (notoriété, recrutement, reconnaissance) et vous créer une notoriété suffisante pour :

- que l'on pense à vous quand un besoin apparaît ;
 - être reconnu comme un expert ou comme compétent dans votre domaine ;
 - convaincre plus facilement vos interlocuteurs ;
2. Savoir mieux expliquer, communiquer, démontrer sa valeur ajoutée professionnelle dans une optique de mobilité interne ou de recherche d'emploi.

3. Construire et mettre en avant ses forces, plutôt que de chercher à réduire ou cacher ses faiblesses, afin de montrer le meilleur de soi-même ;

4. Définir une stratégie de vie car « il n'y a pas de vent favorable pour celui qui ne sait pas où il va ». Cette stratégie permet de prendre des décisions, des orientations en cohérence avec son identité professionnelle.

5. Maîtriser les impacts de sa vie numérique sur son identité et sa réputation professionnelles. Exemple : publication de photos ou de contenus inappropriés sur Internet. Notre vie numérique est la somme des actions que nous faisons sur Internet.

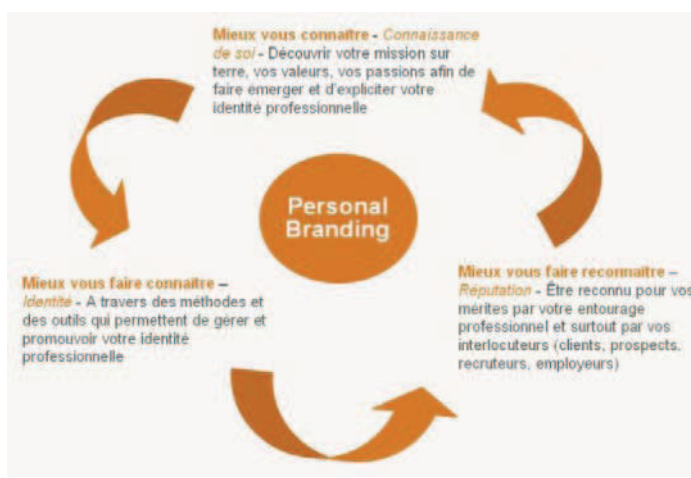
Une démarche pour se préparer aux défis des organisations du futur

Dans son livre *The Future of Work* (Harvard Business School Press, 2004), Thomas Malone, professeur de management au MIT, décrit les organisations du futur. Il montre qu'à l'avenir, chacun de nous pourrait devenir une entreprise uni-personnelle. Chacun de nous évoluera dans un réseau et participera à plusieurs entreprises successivement ou en même temps. Ce modèle existe déjà en particulier avec les artistes qui s'agrègent le temps d'un film mais qui ont une Sécurité sociale et tous les avantages des salariés par le biais de société type portage salarial en France.

Ces nouvelles organisations sont profondément liées au développement de la société de l'information, à une société plus immatérielle. La création du statut de l'auto-entrepreneur en France confirme cette évolution. L'Etat français présente ce statut ainsi : « On permet en quelque sorte à chaque Français de réaliser son rêve en créant sa propre entreprise ! ». Vivre ses passions, ses valeurs, réaliser ses rêves, c'est possible même pour les salariés. Dans ce contexte, le Personal Branding est donc beaucoup plus qu'une façon efficace de gérer sa carrière. C'est une réponse à l'évolution du travail.

Le rôle du Personal Branding dans l'entreprise 2.0

Le Personal Branding permet à un individu de faire rayonner sa marque personnelle (ses talents, son expertise, ses réalisations, ses réussites,...) au sein de son organisation, dans les réseaux sociaux, les communautés, les équipes ou les projets mais aussi bien sûr à l'extérieur de l'organisation s'il souhaite se préparer à une transition (chômage ou démission). Faire rayonner son expertise, ce n'est pas se vanter ou être prétentieux. Le but du Personal Branding est d'offrir au collectif une visibilité sur les talents de chacun de ses membres pour innover et résoudre des problèmes. D'une certaine manière, on apporte une réponse au problème récurrent de la localisation des experts et des expertises, problème auquel les LDAP, annuaires ou systèmes d'analyse automatique des communications n'apportent pas de réponses satisfaisantes. Le Personal Branding permet de



rééquilibrer le système. L'individualisme est toxique tout comme le collectivisme. Il s'agit de trouver un nouvel équilibre, un jeu gagnant pour l'individu et gagnant pour le collectif. L'individu contribue au collectif et sert l'intérêt général parce que c'est aussi dans son intérêt personnel. Il le fait parce que sa contribution au collectif est reconnue nominativement. Il le fait pour faire rayonner sa marque et en tirer un bénéfice comme une promotion, des bonus, l'intégration d'un nouveau projet, d'une équipe, etc. Mais, tout ce qu'il fait pour lui sert aussi le collectif par rétroaction. Le Personal Branding est une démarche qui favorise l'adoption de nouveaux

comportements très utiles pour développer les réseaux sociaux internes. Par exemple : « Mieux vous faire connaître », c'est savoir augmenter la visibilité de votre identité professionnelle. L'un des aspects les plus importants de cette partie est la construction d'un réseau de contacts professionnels. Construire son réseau de contacts ne peut se faire que dans une logique gagnant / gagnant. Outre la création d'un réseau, il est aussi important de publier du contenu en particulier à travers un blog ou des articles. Un blog est un outil de publication de contenu qui fonctionne comme une peinture. Si personne ne la regarde, elle n'a aucune valeur. On est donc dans une logique de production de contenu qui ne sera visible que si on est capable d'entrer aussi dans une logique de réseau, de communauté, d'échanges et à travers les commentaires sur les billets, on entre même dans une logique de co-création, de co-construction du contenu.

Le Personal Branding, en première lecture, c'est purement individuel. Mais quand on regarde plus

près, on retrouve les composantes majeures du management de l'intelligence collective et des connaissances :

- Réseaux, communautés, collectif
- Jeu gagnant-gagnant
- Entraide (aider et chercher de l'aide) – Collaboratif

Apprendre aux individus à créer et gérer leur marque personnelle, c'est leur apprendre à adopter des nouveaux comportements, à entrer dans de nouvelles logiques qu'ils sont plus à même d'accepter dans le contexte de la gestion de leur carrière

puisque cela sert leur intérêt personnel. Il y aura ensuite un pont naturel qui se fera vers le collectif. Compte tenu du principe de la dissonance cognitive, si un individu fonctionne dans une logique de réseau et d'entraide pour gérer sa carrière, il est fort probable qu'il finira par fonctionner dans la même logique dans ses activités professionnelles.

Pour en savoir plus : "Réussir sa carrière grâce au Personal Branding", Editions Eyrolles, Mars 2009 & « Le management de l'intelligence collective », M21 Editions, 2ème édition Mai 2008 par Olivier Zara (www.olivier-zara.com), consultant en management et Social Media Strategist. ●