

Créations pédagogiques multimédia e-learning / Conseil et gestion de projets



Experweb.fr

Le blog :

www.expertweb.fr/dotclear/

Plate forme d'apprentissage collaborative en e-learning :

www.formation-enligne.com

Tél 0467.42.68.11

GSM 0621.44.78.51

info@expertweb.fr

av Agau – Le vivaldi – 34970 Lattes

Siret 42945047100033

RESEAUTAGE OU NETWORKING

Objectifs pédagogiques.....	3
Une introduction par l'exemple.....	3
Définition du networking.....	4
De l'utilité d'un réseau relationnel.....	5
Nouer des contacts	5
1/Commencez par identifier votre réseau.....	5
2/Affinez votre approche	6
3/Mettez en place une "traçabilité"	6
4/ Ayez de la constance.....	6
5/ Favorisez les occasions de rencontres.....	7
Où et comment démarrer ?	7
Introduction.....	7
Les évènements.....	7
Les clubs.....	8
Les structures professionnelles.....	8
Les acteurs de l'Emploi.....	8
les réseaux virtuels.....	8
Une lutte contre les préjugés.....	8
Je n'ai pas le temps.....	8
Je suis trop timide pour réseauter.....	8
Fréquenter les autres pour leur demander quelque chose, c'est mal !	9
Les réseaux, c'est bon pour les pistonnés, les privilégiés.....	9
Savoir solliciter son réseau.....	9
Etre positif.....	9
Etre proactif.....	9
Elaborer une stratégie.....	10
Un secret : faire preuve de réciprocité et remercier.....	10
Les contacts.....	11
Qui contacter précisément ?.....	11
Approche fonctionnelle.....	11
Les vulgarisations articulantes.....	12
Les trous structuraux.....	13
Trouver des contacts sur le web.....	14
Réseau social viadéo.....	14
Exercices.....	16
Constituez votre réseau de démarrage.....	16
Validez vos hypothèses.....	16
Utilisez vos connaissances pour joindre les personnes cibles.....	16
Pratiquez l'heure magique.....	16
Déterminez un objectif de rendement et investissez votre temps en connaissance de cause.....	17
Listez toutes les relations auxquelles vous seriez heureux de rendre service.....	17
Faites le hit-parade de vos succès.....	17
Webographie.....	18

ExpertWeb

2

Objectifs pédagogiques

Ce support se veut un guide méthodologique pour acquérir le savoir-faire et le savoir-être nécessaire pour pratiquer le réseautage.

Il résulte d'une compilation de sources diversifiées sur le net, toutes mentionnées dans la webographie, et de mes propres contributions.

Si j'ai par erreur omis de mentionner une source, ou si l'utilisation de votre source dans ce document n'a pas votre aval, merci de m'en aviser à info@expertweb.fr

Le présent support présente une série de conseils concrets qui s'appliqueront de façon simple dans de nombreuses situations professionnelles pour permettre de :

- Faire le point sur son réseau professionnel actuel.
- Connaître quelques règles de base du développement d'un réseau professionnel.
- Comprendre comment appliquer dans la pratique les aptitudes qui permettent de développer et d'entretenir son réseau.
- Développer un plan d'action personnel pour enrichir et entretenir son réseau professionnel.

Les résultats s'exprimeront de façon mesurable par une plus grande effectivité dans la recherche de partenaires professionnels et financiers.

Pourquoi ce support ?

Parce que c'est une interrogation continue à laquelle je suis confrontée dans mes pratiques professionnelles, de la part d'étudiants notamment.

Florence Labord

Une introduction par l'exemple

Je souhaitais depuis quelques temps entrer en contact avec quelqu'un de la préfecture qui puisse me renseigner sur les grandes lignes de financements publics état/région afin d'avoir un éclairage pour savoir si un projet qui me tient à cœur était dans un axe favorable.

Je n'avais pas idée de qui ni comment j'allais rencontrer quelqu'un, je savais juste que cela serait intéressant dans le cadre d'une recherche/action sur le projet, mais il se trouve que depuis quelques jours, J'avais un rendez-vous avec le directeur d'une association pour la fin de semaine sur tout autre sujet. Et nous voilà en train de parler de la Réunion ou j'ai vécu 12 ans et voilà que ce monsieur me dit « tiens c'est amusant j'ai du justement appeler quelqu'un que je connais au SGAR à la préfecture pour tenter d'aider une personne qui part dans l'île monter sa boîte. Devant mon enthousiasme et mon intérêt, il me met immédiatement en relation téléphonique avec un chargé de mission au SGAR qui me donne ses coordonnées et avec qui j'aurai le rendez vous que j'espérais.

A la réflexion de nombres d'anecdotes similaires, je crois profondément dans les qualités humaines, j'ai vu en face de moi la volonté d'aider en fonction d'une attitude chaleureuse, ouverte et enthousiaste. Le networking doit être perçu comme une stratégie de relation gagnant gagnant qui permet la connaissance de l'autre, la détermination des compétences et des savoirs dans le respect des besoins et limites de chacun.

Dans chaque échange, résulte aussi une communication non verbale. Il faut toujours être attentifs aux signes d'élan ou de freins de vos interlocuteurs dans l'activité de réseautage, et par ailleurs éviter de disperser son énergie sans cohérence. Peut on dire que le réseautage est multiforme et ne pratique pas de la même manière ni avec les même type d'interlocuteur suivant ses objectifs ? Je le crois en effet.

ExpertWeb

3

Il est donc important de qualifier et de cibler son réseau. Cette lucidité n'empêche en rien la qualité des relations nouées, pour peu que l'on sache s'affranchir de la tradition rationaliste héritée du XVII, d'une culpabilité judéo-chrétienne, tout cela assez vite visible dans les blocages et qui fait l'objet d'un paragraphe complet. Le réseautage est un état d'esprit positif, tourné vers l'intérêt conjugué pour l'autre et pour soi, c'est rencontrer l'altérité et s'enrichir mutuellement, c'est faire ensemble. Il faut bannir les préjugés, avoir une approche éclectique, naturelle, et montrer d'un intérêt réel pour l'humain, le reste se fait tout seul.

La timidité, tout comme la peur du regard des pairs ou des plus brillants, le jugement porté qui pense qu'un réseau relationnel c'est que « magouille and compagnie » sont les freins que l'on doit franchir pour acquérir ou renforcer un réseau relationnel, rester dans une vérité de soi tout en étant efficace professionnellement.

La relation que vous avez au temps est également à prendre en compte. C'est une vision un peu masochiste des choses de pensez que si on est seul et débordé, on doit le rester.

Pensez quelques secondes à votre vie, et à nombre de celles que vous avez croisées. Faites un décompte mental des gens pour lesquels vous auriez facilement rendu un service, grand ou petit, pour aider quelqu'un. Croyez-vous n'être pas généreux ? Croyez-vous être incapable ? De quoi qu'il s'agisse, même si votre motivation consciente ou inconsciente est de renforcer votre image de vous même vous y gagnez parce que vous aussi vous avez reçu quelque chose qui tient de l'estime, de la reconnaissance, de l'admiration ou quel que soit le sentiment à votre égard, il est toujours positif quand vous avez su donner.

Définition du networking

« Un maillage fin d'initiatives pour augmenter son potentiel de culture et aussi sa liberté d'action. »
« Une pratique visant à acquérir volontairement et systématiquement des contacts professionnels satisfaisant des besoins réciproques » *Brigitte CASSIGNEUL*

Le Networking (en français "maillage" ou "réseau") est "l'acquisition volontaire, systématique et planifiée de contacts professionnels satisfaisant des besoins réciproques". Étymologiquement, il est formé de NET (filet) et de WORK qui signifie "oeuvrer".

Le Networking est donc l'action de "tisser son réseau". C'est avant tout une activité sociale.

De l'utilité d'un réseau relationnel

Le réseau relationnel s'impose aujourd'hui comme un levier de développement important pour les dirigeants de petites entreprises :

La réussite des projets d'entreprise dépend pour une large part de la capacité de tisser des liens et d'étendre son réseau relationnel. Quand on analyse la réussite des organisations, au-delà des aspects techniques et financiers, on retrouve des femmes et des hommes qui y contribuent par leur capacité à faire.

Car à quoi sert le meilleur produit, la meilleure offre de service si on n'a pas trouvé le financement du projet ou les collaborateurs adéquats ? Et combien de projets de développement pourraient avoir un plus grand essor si nombres de personnes savaient s'entraider, formant ainsi un réseau de compétences efficace ?

C'est un bon réseau professionnel qui permet à chacun de trouver le partenaire adéquat, d'obtenir de l'aide au moment où il en a besoin et, finalement, d'avoir du succès dans son entreprise ou à titre personnel.

ExpertWeb

4

Il y a là matière à y voir une révolution de notre façon de penser le monde à terme. Le concept de réseau social est en train d'imprégner en quelques années notre société, aussi bien dans nos habitudes professionnelles que dans notre vie courante.

Le concept de club se démocratise en communauté de pratiques, et l'intelligence se partage.

L'internet en est le catalyseur comme le révélateur et nous aborderons avec les approches que l'on y trouve, relayées par des outils de plus en plus innovants dans le concept web 2.0, comme les blog, wiki, CMS, LMS, flux RSS, retrolien, streaming audio ou vidéo, microblogging, etc.

Nous allons aborder certains des principes fondamentaux de la gestion de réseau professionnelle. Ils peuvent sembler encombrants et abstraits. Vous pourrez sauter certaines des étapes si vous êtes fermement établi dans votre domaine professionnel, (ou si, à la différence de la plupart d'entre nous, vous pouvez charmer des salles pleines d'étrangers en vingt minutes), mais si vous partez de zéro, le processus est déjà plus compliqué.

Avant tout, vous devez être clair sur vos objectifs ; Et bien sur tout ce qui suit présuppose que vous êtes des professionnels de qualité quel que soit votre niveau, qui avez identifié vos capacités, vos limites et vos envies car c'est ce qui devra guider vos démarches pour savoir qui ajouter dans votre réseau relationnel.

La première démarche est donc de savoir quel est votre projet professionnel et quelle sont vos cibles ?

Pourquoi ? Parce que votre démarche réseau ne peut aboutir que si votre projet professionnel est clair et validé, et que votre argumentation est bien établie. Vous devez être crédible aux yeux de vos interlocuteurs. En vous donnant des contacts et en vous recommandant, ils s'engagent pour vous.

Nouer des contacts

1/Commencez par identifier votre réseau

Le « Phénomène du petit monde » (également connu comme « l'effet du petit monde ») est l'hypothèse que chacun puisse être relié à n'importe quel autre individu par une courte chaîne de relations sociales. Ce concept donna naissance, après l'expérience du petit monde, conduite en 1967 par le psycho-sociologue Stanley Milgram, au concept de « six degrés de séparation ». Celui-ci suggère que deux personnes, choisies au hasard parmi les citoyens US, sont reliées en moyenne par une chaîne de six relations. Par contre, après plus de trente ans, le statut de cette idée comme description de réseaux sociaux hétérogènes reste une question ouverte.

A partir des chaînes ayant atteint leur destinataire on constata que le nombre de 6 intermédiaires se dégageait. De cette constatation naquit l'expression « six degré de séparation ». En plus, Milgram identifia un effet d'« entonnoir » par lequel la plupart des propagations étaient le fait d'un petit nombre de personnes ou étoiles qui avaient une connectivité nettement supérieure à la moyenne. Même dans l'étude pilote, Milgram constata que deux des trois chaînes avaient utilisé les mêmes personnes.

Une des difficultés dans la conduite de ces études, tient à la supposition que les gens dans la chaîne sont compétents pour découvrir le lien entre les deux personnes servant de terminaux.

Selon la théorie des six degrés, vous êtes donc virtuellement relié à tout individu sur terre par une chaîne de 6 personnes au maximum. Définitivement démontrée cette théorie ? En tout cas, le potentiel de votre réseau est vaste et vous comptez sûrement parmi vos proches des maillons

ExpertWeb

5

susceptibles de joindre directement ou indirectement le chef d'entreprise ou l'acheteur qui vous intéresse. Ne méprisez pas certains de vos contacts, dressez une liste exhaustive de toutes les personnes que vous connaissez.

2/ Affinez votre approche

Avant d'assister à un événement, il est bon de s'entraîner à se présenter. Une fois sur place, pour démarrer une conversation on peut s'enquérir de la façon dont ses interlocuteurs se sont eux-mêmes retrouvés impliqués dans cette association.

Démarrer d'emblée sur un sujet strictement professionnel n'est pas toujours recommandé en fonction de la nature de l'événement. De même, il vaut mieux avoir une idée précise de l'aide ou du soutien attendu. En restant trop vague, on s'expose à formuler une requête trop exigeante. Par exemple, si vous êtes à la recherche d'un poste de contrôleur de gestion, **déterminez précisément quelle information peut vous fournir votre interlocuteur**. Avez-vous besoin d'être introduit auprès de quelqu'un en particulier ? Êtes-vous simplement à la recherche de conseils sur la fonction ?

3/ Mettez en place une "traçabilité"

Au fur et à mesure de l'extension de votre réseau, concevez un système de gestion de vos contacts. Une simple application de base de données vous permet de tracer certaines informations clés comme le nom, l'adresse, la fonction occupée, les centres d'intérêts, ... Ainsi, lorsque vous chercherez une info ou un conseil précis, vous saurez facilement vers quel contact vous tourner.

4/ Ayez de la constance

Votre réseau n'est pas un acquis, tel un arbre aux nombreuses ramifications, il suppose un entretien attentif. Pour être véritablement efficace, un réseau professionnel doit être l'objet d'une attention constante. Le but est de créer une relation au long terme, bénéfique à toutes les parties. Difficile de la construire en ne faisant appel que ponctuellement aux différents interlocuteurs.

Au-delà de la dimension relationnelle, il est crucial que l'on soit au courant de vos évolutions et que vous suiviez la situation de chacun si vous voulez actionner utilement votre réseau.

L'implication doit être sincère et régulière. En plus d'approfondir les contacts existants, il s'agit d'en dénicher de nouveaux. L'idéal est donc de définir une stratégie sur papier puis de saisir toutes les opportunités qui se présenteront ensuite. Dans cette optique, assister à des conférences et s'inscrire à des séminaires constitue un excellent point de départ.

5/ Favorisez les occasions de rencontres

Sans attendre, profitez d'un événement pour rassembler vos meilleurs contacts, une exposition sans rapport direct avec votre activité.

Plus activement, assistez ou mieux prenez une part active aux soirées-débats de vos clubs d'anciens de grands groupes ou d'études... Rien ne remplace un contact direct. Plus il existe de liens entre les différents membres de votre réseau, plus il sera dynamique.

Ou et comment démarrer ?

Introduction

Tout est effort, développer un réseau exige un investissement important de votre part et la pro-activité est de rigueur. Capitalisez sur les réseaux professionnels déjà existants.

ExpertWeb

Les premières bases de votre réseau sont à chercher dans l'histoire commune que vous vous reconnaissez avec certaines personnes : votre entourage familial, vos camarades de lycée et d'études, vos partenaires de loisirs, vos anciens collègues, clients et autres pairs côtoyés dans les organisations professionnelles... Autour de vous se trouve déjà le terreau qui vous permettra d'étendre votre rayon d'action.

Puis, rejoignez les réseaux d'entrepreneurs sur la base de votre appartenance, de vos centres d'actions et d'intérêts, de votre minorité. Ainsi un PDG pourra adhérer à un réseau de dirigeants, un jeune fondateur à un club de créateurs d'entreprises, une professionnelle de l'Internet à un club d'entrepreneuses de la nouvelle économie, une femme à un club d'entrepreneurs au féminin... Les associations professionnelles représentent aussi un vivier de contacts potentiels. La plupart organisent de fréquentes réunions au cours desquelles il est aisé de rencontrer de nouvelles personnes.

S'impliquer dans la vie de ces associations est un pas supplémentaire dans la création de son réseau. A ce titre, disposer de cartes de visites ou de mini-CV s'avère indispensable.

Multipliez, ces réseaux sont souvent dynamiques et constituent des viviers de contacts porteurs. Indépendants, jouez la carte du travail en réseau.

Travaillez selon le modèle d'une entreprise virtuelle. Concevez par exemple une offre de services multi-compétences avec des professionnels complémentaires à votre activité. À partir d'un réseau, des partenariats, ponctuels ou durables, pourront être mis en place. Non seulement vous renforcez l'attractivité de votre offre, mais vous multipliez votre potentiel commercial proportionnellement aux membres du réseau.

La fréquentation des chambres de commerce, salons professionnels et autres colloques, vous fournira aussi souvent l'occasion de discuter plus longtemps et de lier de nouveaux contacts ciblés.

Comment être informé des occasions de sortie ? Par exemple, en lisant la presse, en consultant les sites web et en s'inscrivant systématiquement à leurs newsletters, en suivant l'actualité des salons sur les sites spécialisés, en suivant les groupes thématiques sur les réseaux sociaux virtuels etc.

Les évènements

- Conférences
- Assemblées générales d'associations
- Séminaires
- Formations
- Salons professionnels
- Salons de recrutement

Les clubs

- Clubs sportifs, culturels, d'influence, associatifs divers, etc...
- Clubs de chercheurs d'emploi

Les acteurs de la formation et de l'information

- Association des anciens élèves
- Écoles et centres de formation
- Centres de documentation

Les structures professionnelles

- Syndicats et fédérations professionnelles liées à un secteur d'activité
- Associations et autres structures liées à une profession, un métier
- CCI et chambres des métiers

ExpertWeb

7

- Sites web professionnels. Ex. : portails métiers, etc...
- Presse professionnelle

Les acteurs de l'Emploi

- Sites web orientés Emploi
- Acteurs publics de l'Emploi : Anpe, Apec
- Acteurs privés de l'Emploi : Intérim, Outplacement, Cabinets de recrutement

les réseaux virtuels

Quelques adresses

<http://www.annuaire-au-feminin.net/listefemmes.html>

<http://www.parispwn.net>

<http://www.linkedin.com>

<http://www.viadeo.com>

<http://www.xing.com>

Une lutte contre les préjugés

Je n'ai pas le temps

Il suffit de voir votre agenda : rajouter quelques heures pour travailler en réseau, c'est vouloir faire entrer un éléphant dans une boîte d'allumettes ! Et vous avez raison : vous n'avez pas le temps. Mais la vraie question, c'est : pourquoi ?

Derrière ce débordement chronique se cache une croyance tenace : pour réussir, il faut travailler dur et on ne peut compter que sur soi. Bref, il faut souffrir et, seul de préférence !

Je suis trop timide pour réseauter

C'est bien connu : vous n'êtes pas quelqu'un d'intéressant et puis il faut voir les choses en face, vous n'avez jamais rien à dire ! Et bien, même si c'était vrai, vous pourriez très bien réussir en réseau. Car vous ne pouvez pas imaginer à quel point le simple fait de s'intéresser aux autres peut vous rendre intéressant à leurs yeux.

Fréquenter les autres pour leur demander quelque chose, c'est mal !

Et revoilà un bon vieux complexe judéo-chrétien ! Si les Anglo-Saxons ont su le dépasser, il reste très vivace dans les pays latins. Et bien sûr on ne peut qu'avoir des scrupules à « utiliser les gens » à des fins personnelles. Comme s'il y avait toujours en arrière-plan d'une relation, le soupçon de se « faire avoir ». Soyez plus naïf et plus généreux : cherchez plus à donner qu'à recevoir et vous n'aurez que des bonnes surprises...

Les réseaux, c'est bon pour les pistonnés, les privilégiés

C'est vrai, il existe des réseaux très « select » qui fonctionnent par cooptation. Mais il s'agit d'une minorité et la plupart des réseaux professionnels sont avant tout des « méritocraties ». Ce qui fait que les membres d'un club ou d'un réseau se réunissent, ce n'est pas leur origine sociale, mais ce qu'ils

ExpertWeb

8

font par eux-mêmes et ensemble. Alors lors d'un prochain rendez-vous, laissez la provocation sociale au vestiaire, seule la courtoisie est de rigueur.

Savoir solliciter son réseau

Activer son réseau est un art difficile et le respect de quelques règles cardinales s'impose. Il s'agit en fait plus d'une attitude générale que d'une technique.

Être positif

En vous recommandant à un client, un employeur ou un collègue, la personne sollicitée s'engage personnellement auprès de ce dernier. Il est dès lors capital de la rassurer sur vos aptitudes. Ne vous placez pas en situation de quémandeur, sachez vous vendre : vous ne demandez pas une faveur, mais saisissez une opportunité de rapprochement. Faire preuve de clarté et d'anticipation

Avant de solliciter quelqu'un, réfléchissez à votre demande. Les gens ont souvent peu de temps et ne savent pas toujours comment vous aider. Facilitez-leur la tâche en formulant précisément vos attentes et en suggérant si possible la façon dont votre interlocuteur peut vous assister.

L'impact d'un « Je suis licencié, si tu connais quelqu'un dans les RP... » ou « mon labo de recherche ne me garde pas.... » est évidemment moindre que je « Je recherche un poste de consultant dans les RP. J'ai 12 années d'expérience avec une spécialisation dans X. Je crois que ton ami Dupont dirige une agence de relations presse dans un domaine très connexe, peut-être pourrions-nous nous rencontrer » ou « j'ai bossé dans tel laboratoire sur tel sujet, je suis spécialiste de tel sujet, mais j'ai aussi des compétences transversales sur les sujet x et y qui me permettent de m'adapter et je cherche donc un poste de type Z, peux tu me présenter à Monsieur Y, je crois qu'il dirige le labo Y »

Un juste équilibre ni trop passif, ni trop volontariste. Une relation risque de se fermer à qui se montrera trop conquérant ou dominateur, voire manipulateur. Néanmoins, n'hésitez pas à relancer votre contact au détour d'une conversation ; ce qui est crucial pour vous ne l'est pas nécessairement pour lui et il peut avoir oublié.

Être proactif

L'art de saisir les opportunités et d'être proactif. Vous êtes contacté par un chasseur de tête ? Allez-y même si vous n'êtes pas intéressé. Ainsi vous aurez établi un contact personnel avec ce chasseur. Si vous lui suggérez le nom d'un contact susceptible d'être intéressé, ce dernier vous sera en outre reconnaissant ainsi que le chasseur, que vous aurez aidé.

Élaborer une stratégie

Un réflexe : utiliser toutes les occasions pour développer en permanence votre stratégie de réseau.

Les différents acteurs d'un réseau professionnel identifient chaque membre de manière relativement schématique. Les relations d'un réseau professionnel ne sont pas nécessairement très approfondies à l'inverse des relations d'amitié ou de famille. Pour cette raison, on doit donner une image la plus précise possible à ses interlocuteurs : « je sais faire ça » et « je suis intéressé par ça ». C'est particulièrement vrai dans les domaines de l'informatique et de l'ingénierie où les non initiés sont vite désarmés pour expliquer des compétences techniques.

ExpertWeb

9

Pour diffuser une information claire, il est important de s'être interrogé au préalable sur le message que l'on souhaite faire passer, et donc d'avoir fait le point sur ses compétences et ses objectifs : métier, responsabilités, salaire, etc.

L'image que l'on donne aux autres, c'est aussi notre attitude et notre motivation : on ne pensera pas à quelqu'un pour un poste ou une mission s'il se plaint toujours, se dévalorise, etc. Au contraire, s'il trouve des solutions, s'il est passionné et qu'il donne confiance, une personne de son réseau pourra lui proposer un partenariat comme le recommander à un employeur, sans prendre le risque de donner un tuyau percé.

Il est indispensable de savoir se présenter, parler de soi, de son projet en 3 phrases simples, claires, cohérentes, percutantes.

C'est LA CONDITION pour que l'on se rappelle de vous plus tard, en cas d'opportunité, avec un souci permanent : développer sa capacité d'écoute.

Un secret : faire preuve de réciprocité et remercier

Pour RECEVOIR, il faut commencer par DONNER, sans attendre en retour, c'est à dire gratuitement, et c'est d'autant plus important que la gratuité se raréfie.

Le réseau professionnel peut être comparé à un véritable réseau informatique où chaque membre est à la fois émetteur et récepteur. Plus les connexions sont nombreuses et plus le réseau s'élargit. Cependant, pour devenir un nœud important de ce réseau, il faut savoir émettre autant qu'on reçoit. La réciprocité est le fondement d'un réseau professionnel. Ne pas oublier non plus les « accusé-réception » sous forme de remerciements divers et variés.

Un réseau exige des relations de réciprocité. Bettina Soulez, auteur du livre «Cultivez votre réseau relationnel» donne cette excellente définition : «Un réseau formel réussi est bâti sur l'échange, la confiance, l'estime pour les compétences et les spécificités de chacun ; il tient la route si chaque membre peut donner un jour à autrui autant ou plus que ce qu'il a lui-même reçu».

Il faut savoir semer pour récolter. Mettez vos compétences au service d'une association ou d'un réseau de parrainage de jeunes entreprises à titre gracieux ou à moindres frais. Le temps que vous aurez investi augmentera le rayon d'action de votre réseau.

Pérenniser ses contacts est indispensable. Pour ce faire, les petites attentions permettent de vous rappeler au souvenir de votre contact. Par exemple, faites-lui parvenir des informations ou des articles sur un sujet d'intérêt. Envoyez vos félicitations pour tout événement particulier : anniversaire, bien sûr, mais aussi promotion et récompenses. Néanmoins, rien ne remplace la chaleur d'un contact en direct. Un déjeuner, même rapide, témoignera de votre motivation à rester en contact. D'une façon générale, il s'agit d'être attentif aux besoins de ses contacts. Après avoir fourni un renseignement ou une aide, n'hésitez pas à rappeler pour voir si ceux-ci ont été bénéfiques.

En s'exerçant à cette gymnastique, entretenir votre réseau deviendra vite une habitude. Pensez à étendre celui-ci en saisissant toute nouvelle opportunité qui se présente à vous. Les relations ainsi mises sur pied s'avèreront payantes tout au long de votre carrière. Et vous permettront, sûrement, de faire la différence avec vos concurrents.

Le réseau professionnel se construit et s'entretient en permanence. Étant donné qu'il nécessite une attention régulière, sincère et bénéfique pour les deux parties, c'est véritablement un état d'esprit, une attitude qu'il faut adopter. Concrètement, il s'agit d'aller vers les autres, de s'intéresser à leurs activités, de demander conseil et d'échanger des informations. Le réseau se vit donc comme une forme d'émulation, une source de dynamisme. L'objectif est de saisir le maximum d'opportunités.

ExpertWeb

10

Cette attitude positive doit être doublée d'une capacité d'écoute : porter de l'intérêt et faire bénéficier à l'autre de son propre réseau ! Les relations entretenues avec des personnes parfois éloignées reposent le plus souvent sur des points communs : activités, amis, objectifs, croyances, etc. Ces points communs servent justement à renouer et à raviver les relations : par mail, par téléphone, par carte de vœux, par rendez-vous...

Les contacts

Lorsqu'on active son réseau en position de demandeur, il est préférable d'avoir contacté au préalable ses interlocuteurs : donner de ces nouvelles, en demander, rendre service, envoyer des informations, féliciter pour une naissance, inviter à déjeuner, etc. L'échange est ainsi facilité. Néanmoins, même si ce n'est pas le cas, il ne faut pas hésiter à contacter toutes les personnes susceptibles de vous aider. En préparant bien ce qu'on a à dire, en souriant si on est au téléphone et en qualifiant bien l'appel : qui ? pourquoi ?.

Car les objectifs dans le cadre du réseau professionnel sont multiples : faire connaître sa disponibilité, solliciter un rendez-vous, demander un conseil professionnel ou acquérir de nouveaux contacts par exemple. Bien sûr, il est important de toujours respecter les règles de courtoisie et d'écouter. Le rappel des liens qui vous unissent à l'interlocuteur sont souvent le meilleur moyen de débiter la conversation.

Un truc : préparer ses portes d'entrée (par exemple le lieu ou les circonstances de votre rencontre, la personne de la part de qui vous appelez, l'article de journal que vous avez lu à propos de son entreprise, sa publication...)

Qui contacter précisément ?

Approche fonctionnelle

Les personnes à approcher dans le cadre d'un réseaux doivent être réfléchies en termes fonctionnels : comment votre monde professionnel particulier fonctionne, avec qui vous avez un intérêt mutuel en établissant le contact ?

Par exemple, dans le monde de la recherche, l'intérêt mutuel est presque toujours défini par la teneur de sa recherche : vous souhaitez contacter les personnes dont la recherche à un lien particulier avec la votre. Votre réseau sera ainsi plus ou moins constitué des personnes que vous citez. En tout cas parmi les vivants !

Et quand vous citez quelqu'un en relation avec votre travail, vous devriez avoir l'intention de l'ajouter à votre réseau. Mais comment identifiez-vous ces personnes ?

La plupart des méthodes sont mondaines : rencontre de personnes avec de bons réseaux, mentions fortuites des personnes dans la conversation, et le balayage habituel des bibliographies, des résumés, et des démarches de conférence. Habituez vous donc à ce type de mondanité avant d'explorer des pistes plus fantaisistes.

Un exemple : Disons que votre objectif professionnel inclus la réponse aux appels d'offres sur le plan européen et tenter de mettre en œuvre une démarche réseau en ce sens : Vous ciblez les appels d'offre sur la réalisation de bâtiments publics à haute qualité environnementale.

En même temps que vous devez identifier quelles autres personnes sont sur le même segment d'activité que le votre, vous devez ouvrir vos antennes de façon élargie. Et pour faire cela vous devez donc segmenter votre réflexion par rapport à votre stratégie projet.

Les segments pourraient être :

Les appels à projets européens : Donc lesquels pourraient correspondre, et où se trouve l'information à ce sujet ? Qui connaît les processus liés ? les contraintes ?

Une démarche collaborative : Donc les outils et les méthodes pour faire travailler un groupe ensemble. Chez qui trouver les compétences, l'expérience en la matière ?

Le sujet : Quelles sont les fédérations, groupements auprès desquels identifier les personnes ressources sur l'objet même ?

Il est important de commencer par assurer une veille sur chacune de ces strates pour préparer votre discussion avec vos interlocuteurs potentiels.

Au départ, si vous êtes un professionnel du bâtiment, ou un spécialiste des nouvelles technologies, vous pencher sur des sujets éloignés du votre et tenter d'identifier des personnes sans lien aucun avec votre cœur de métier peut vous apparaître comme fastidieux et une perte d'énergie. Pour vous aider, restez centrés sur les personnes dont les valeurs générales vous semblent malgré tout proche des vôtres.

Pensez donc cela comme un investissement : vous faites des emplettes d'identification de compétences. Vous identifiez les personnes, et apprenez quels sont vos futurs partenaires/collègues/sources d'information potentielles. Expliquez vos attentes/besoins de façon à mettre les éléments communs en exergue.

je suis intéressée par tels éléments que nous pourrions avoir en commun, et j'étudie les éléments que vous pourriez apporter vis à vis de...

Peu à peu votre réseau va se constituer de rayons dont vous serez le point nodal.

Les vulgarisations articulantes

En travaillant cet exercice, vous rencontrez déjà un principe fondamental de la vie sociale professionnelle. Bien connu dans la rhétorique classique, ce sont les «vulgarisations articulantes ». Le but est de développer des rapports avec des personnes. Et les rapports sont fondés sur des vulgarisations. Ces vulgarisations pourraient inclure des valeurs partagées, des méthodologies partagées, des buts partagés, ou toute autre chose à caractère professionnel que vous pourriez partager avec quelqu'un. Articuler une vulgarisation signifie formuler un langage pour l'autre.

Ce ne sera pas toujours facile puisque les gens que vous êtes susceptible de rencontrer vivront parfois dans des mondes très différents du votre, vous devrez faire preuve d'imagination et d'ouverture pour dessiner les contours parfois flous des terres communes à travers le langage.

Penser à vous-même comme augmentant vos capacités à évoluer avec une langue distincte pour chaque rapport professionnel. Après avoir fait ceci, vous pouvez alors explorer des différences, des désaccords, des discussions, et d'autres stimulus de pensée. Beaucoup de gens évitent le conflit parce qu'elles veulent préserver les rapports.

En conséquence, elles deviennent incapables d'affirmer leurs avis et d'apporter leurs contributions intellectuelles distinctes en public ou sur des forum professionnels. Et en effet, les désaccords qui sont

ExpertWeb

12

conduits en dehors du cadre des vulgarisations articulées sont le plus souvent confus, destructifs, et une perte de temps. Manquant d'un tel cadre, les joueurs se perdront dans la projection, le stéréotype, la pensée vide. Le principe des vulgarisations articulantes est le secret de l'entente avec les gens.

Les trous structuraux

A quel réseau appartenir ? Il est naturel d'avoir peur de faire le mauvais choix.

Si vous pensez que votre réseau social définit nécessairement votre carrière et s'il ne vous est pas favorable, vous souffrirez.

Mais sans doute est ce une vision des choses un peu faussée. C'est vous qui constituez votre réseau, pas seulement vous qui choisissez quel réseau existant rejoindre.

De ce point de vue certaines fonctionnalités d'un réseau social comme Viadeo sont l'illustration du contre principe de ce que je viens d'énoncer pour la partie gratuite du site : Par la course au parrainage. Si vous ne voulez pas vous abonner au service de mise en relation pour la partie payante des services, mais que vous souhaitez disposer de tous les services offerts par le site, vous devrez tôt ou tard contactez quasiment tous vos correspondants mails, et vous retrouver sur Viadeo avec un réseau certes en apparence important de par la quantité des contacts, mais flou, décentré et qui ne répondra pas à vos attentes, on peut donc dire un réseau non qualifié.

Hors votre réseau est constitué d'individus dont les perspectives et les activités peuvent coïncider avec les vôtres dans une relation de partage et d'échange. Le réseau de chacun des individus constituant le votre peut le recouper partiellement mais ils ne seront jamais identiques. Il est donc important de ne pas s'écarter trop de son identité professionnelle et personnelle, et ne pas cultiver des relations inappropriées pour vous comme pour les autres. Mais il ne faut jamais se confiner aux frontières d'un existant, pour garder l'esprit ouvert.

Les différentes directions sont cruciales : vous voulez des rapports avec des personnes de communautés diverses. L'intuition, encore, est que ces personnes doivent en connaître une autre, et vous rendrez service en servant d'intermédiaire. Vous ne saurez pas à l'avance ce que cela peut donner, juste parfois vous relierez ensemble des personnes. Peut-être elles devraient toutes se réunir. Peut-être certains d'entre elles ont des idées utiles qui pourraient être employées dans les autres recherches ou vos activités. Peut-être plusieurs d'entre elles ont des idées utiles qui peuvent être combinées pour améliorer votre propre recherche. Plus vous établissez des rapports avec des personnes diverses, davantage ces occasions imprévisibles surgiront, pour votre propre avantage et pour celui des tiers. Le deuxième principe de la vie professionnelle que vous rencontrez ici est un concept « des trous structuraux » appelés par sociologie. (Voir le Ronald Burt, trous structuraux : La structure sociale de la concurrence, de la pression d'université de Harvard, 1995.)

L'occupation d'un trou structural allège également la crainte qui dérive de mettre tous vos œufs dans le même panier. Si vos contacts dans une communauté échoue d'une façon ou d'une autre pour apprécier l'importance de votre travail, alors vous aurez des contacts dans plusieurs autres communautés sans lien direct avec celles qui doutent de vous.

Trouver des contacts sur le web

Pour commencer, la manière la plus fondamentale de trouver des personnes en ligne est de les aider à vous trouver.

ExpertWeb

13

Ceci commence par votre e-portfolio, blog, page web ou CV en ligne. Votre page d'accueil quel que soit le support est une projection de votre personne en tant que professionnel -- Vous comprenez instinctivement ce point : votre destin dépend de la façon dont les gens vous perçoivent, et ainsi il importe de savoir quelle image de vous-même vous projetez.

Votre page d'accueil devrait inclure quatre choses :

Des informations de contact (les adresses papier de courrier et d'E-mail, le téléphone professionnel, le numéros de fax),

Des liens aux organismes auxquels vous êtes associés (votre département, laboratoire, projet, associations professionnelles, événements dans lesquels vous êtes impliqué, classes que vous enseignez, etc.),

Des références ou citations à toutes les publications vous voulez faire connaître (celles-ci devraient idéalement être liées),

Une page des liens aux ressources qui sont appropriées par rapport à votre sujet.

Il est particulièrement important de mettre vos publications sur votre site Web.

Réseau social Viadéo

Parler métier: le vocabulaire des utilisateurs de Viadéo tient parfois plus du marketing (de soi) que des conseils techniques et "RH". Pour commencer, il est conseillé de faire attention au langage: «Précisez bien le jargon professionnel de votre filière, servez-vous des mots qu'utilise votre employeur, votre partenaire potentiel». Si vous êtes par exemple dans l'informatique, parlez d'"ERP" ou de "BI" sans hésiter, cela mettra en confiance. A condition évidemment de maîtriser ces concepts, et de les utiliser avec modération : la multiplication des acronymes et jargons pourrait vite paraître surfaite et trop insistante.

Se mettre en scène: «Pour rédiger votre profil, soyez humain, car Viadéo n'est pas qu'une machine à CV!», a argumenté l'animateur. Comprendre: vous pouvez et devez même indiquer vos hobbies et participer aux fameux "hubs thématiques" qui les concernent (il existe des centaines d'espaces de discussion sur ce réseau, sur des thèmes parfois insolites). Côté illustration, il faut rester mesuré en revanche, en restant consensuel: «Mettez une photo de vous soignée, en tenue de travail. Évitez des photos de vacances, hors propos». Cependant voici contre-exemple total : «Une consultante en sécurité avait mis une photo d'elle en vacances, où on la voyait avec une bouée...». Typiquement anglo-saxon comme approche humoristique, personnellement, si le texte est convainquant, j'adhère.

Savoir se dévoiler: Surtout, ultime conseil, jouer la carte du réseau. Et plutôt que parler soi-même de ses projets (exercice toujours difficile et risqué), autant confier cette tâche à ses contacts. Quelques lignes vous décrivant par des personnes qui ont travaillé avec vous, valent mieux que des CV sur deux pages. Même si l'exercice peut tourner à l'auto-satisfecit par personne interposée; le lecteur ne sera pas plus dupe de toute façon... L'animateur rappelle aussi qu'il faut savoir se contrôler et doser ses propos: «Voltaire a dit que le secret de l'ennui, c'est de tout dire...». En gros, comme sur un CV, il ne faut pas en mettre des pages, tout livrer. Il faut se laisser des espaces de liberté pour une discussion possible, via le réseau ou lors d'un entretien.

Exemple pratique d'une rencontre réseau

15 mn Accueil : Pointage sur une liste préparée d'avance, remise de documents (dont la liste des participantes avec titre, tél, fax, mél et portable).

30 mn Tour de table : Chacune se présente en 1 mn maxi (montre en main, pour ne pas pénaliser les dernier(e)s à parler) de façon concise, professionnelle et positive. On se concentre sur l'essentiel : les opportunités d'affaires et d'échanges.

60 mn Apport d'un(e) intervenant(e) : 1/3 de présentation, 2/3 de questions réponses

15 mn Échanges bilatéraux : pour aller voir telle ou telle personne, prendre RV, échanger des informations plus pointues ou des services.

Résultat : en 2 heures, vous avez des contacts approfondis avec 20 à 30 personnes.

Constituez votre réseau de démarrage

Commencez par établir une liste de 50 noms. Cela vous semble difficile ? Pourtant, sans être un as des relations publiques, vous avez forcément un cercle de connaissances : famille, amis, voisins, commerçants, mais aussi ex-clients, fournisseurs, collègues, collaborateurs ou camarade d'études.

Constituez deux listes distinctes - personnelle et professionnelle - en consultant minutieusement carnets d'adresses et agendas.

Votre liste établie, vous constaterez que vous avez vous aussi au moins cinquante contacts.

Validez vos hypothèses

Parmi ces 50 premiers contacts, vous trouverez des personnes qui vous aideront à valider vos hypothèses, à établir votre argumentaire et à amorcer efficacement votre démarche. Précisez-leur sans équivoque qu'il s'agit bien d'une enquête et que vous sollicitez leur avis en tant qu'expert, et qu'en aucun cas, vous ne sollicitez un emploi.

Utilisez vos connaissances pour joindre les personnes cibles

Vous cherchez désormais à obtenir via vos entretiens successifs les noms et coordonnées des entreprises susceptibles de vous recruter. L'idée est de provoquer un effet boule de neige pour être mis en contact avec d'autres personnes. Retenez ce point : l'un des objectifs prioritaires de ces entretiens sera d'obtenir de votre interlocuteur 3 nouveaux contacts pour vous rapprocher de votre cible.

Pratquez l'heure magique

Chaque semaine, une heure rien que pour vous, sans rien prévoir, juste pour vous promener et penser à votre vie, à ce que vous voulez faire. Clarifier vos objectifs, formuler ce que vous aimez, ce que vous n'aimez pas, vos valeurs... Vous vous ferez du bien et en viendrez naturellement à redimensionner votre charge de travail et à arbitrer parmi vos priorités.

ExpertWeb

15

Déterminez un objectif de rendement et investissez votre temps en connaissance de cause

Par exemple : dans x mois, je veux que 1 affaire sur 5 ne découle pas directement de mon effort de prospection, mais provienne de mes relations. Sur cette base, 4 heures par semaine représentent une bonne mise de départ, à répartir comme vous le souhaitez. Le temps passé ne sera plus une dépense, mais un investissement.

Consacrez des « micro-temps » à l'activité en réseau

Ne changez rien à vos habitudes, mais changez simplement d'attitude. Accordez par exemple une attention toute particulière à des situations qui vous permettent de réseauter. Tout rendez-vous, toute rencontre professionnelle peut fournir une opportunité. Soyez à l'écoute, intéressez-vous à la personne en face de vous, essayez d'en savoir plus sur elle. Ces « micro-temps » s'ajoutent à votre planning, mais sans rallonger votre journée. Peu à peu, ils développeront votre disponibilité à l'autre et naturellement votre démarche réseau se mettra en place.

Entraînez-vous à poser des questions de découverte

Si par exemple vous rencontrez un avocat, demandez-lui quelle est sa spécialité, puis ce qui lui a plu dans ce choix etc... De fil en aiguille, c'est vous qui serez amené à répondre à ses propres questions.

Repêchez un autre timide

Dans un rendez-vous de réseau, regardez autour de vous : il n'est pas rare de trouver une personne livrée à elle-même, embarrassée, visiblement en situation d'échec social. Allez vers elle et engagez la conversation. Succès et reconnaissance garantis ! Et fort de cette bonne action, vous-même prenez goût aux rencontres !

Listez toutes les relations auxquelles vous seriez heureux de rendre service

Voilà un bon moyen de vous décomplexer en commençant par évaluer votre propre générosité ! Ceci fait, vous solliciterez ces personnes d'autant plus facilement que vous aurez réalisé ce que vous étiez prêt à faire pour elles.

Faites le hit-parade de vos succès

Sur le thème « Ce que j'ai déjà fait ». Dressez la liste de vos meilleurs succès professionnels. N'hésitez pas à manier l'humour. Exemple : « J'ai gagné mon premier client, alors que ma société n'était pas constituée ». Déterminez quelles ont été les conditions de votre réussite et de quelles qualités vous avez su faire preuve. Un aide-mémoire précieux qui vous donnera confiance en vous et plus d'aisance dans les rencontres de réseaux.

Webographie

http://fr.wikipedia.org/wiki/étude_du_petit_monde

www.placedesreseaux.com/Espace-presse/communiqué-conf-3003.pdf

<http://www.annuaire-au-feminin.net/NETWORKINGfr.html>

<http://greggwenger.wordpress.com/2007/12/11/les-4-croyances-qui-vous-empêchent-de-progresser/>

<http://is.gseis.ucla.edu/>

<http://www.linkedin.com>

<http://www.viadeo.com>

<http://www.zdnet.fr/actualites/internet/0,39020774,39365283,00.htm>

<http://www.placedesreseaux.com/telechargements/ComprendreReseaux-NeoOfficeCalc.pdf>

ExpertWeb

17

Tél /fax : 0467.42.68.11 - Mobile : 0621.447.851
E-mail : info@expertweb.fr Site web : <http://www.expertweb.fr>
Avenue de l'AGAU – Le Vivaldi 35 – 34970 Lattes
Siret 429 450 471 00033 APE 8559A