

SON ACTUALITÉ

Présent dans 80 pays, Sodexo, deuxième employeur français dans le monde, surveille comme le lait sur le feu la satisfaction de ses 380.000 collaborateurs. Alors que le groupe subit depuis plusieurs mois les attaques du syndicat SEIU aux Etats-Unis, les résultats de sa troisième enquête d'engagement ne sont pas pour déplaire à sa DRH. Le taux d'engagement a grimpé de 7 points depuis 2008, à 55 %, et 85 % des salariés jugent Sodexo « meilleur employeur que ses concurrents » (+4 points). Selon l'étude, 86 % des sondés seraient même prêts à recommander Sodexo à un ami en recherche d'emploi.

SON PARCOURS

A cinquante-six ans, Elisabeth Carpentier vient du sérail. Si elle occupe le poste de DRH depuis



1998, elle est entrée chez Sodexo dès 1981, en tant que directrice du recrutement et de l'emploi pour le segment « bases-vie ».

SA CITATION

« Nous sommes déterminés à être l'un des employeurs au monde les plus appréciés de ses collaborateurs ! » L. N.K.

Plus d'un directeur des ressources humaines sur deux en France ne perçoit pas d'évolution concernant la réduction des écarts de salaire entre hommes et femmes, selon une étude menée cet automne par le groupe Cegos auprès de 166 DRH et 900 femmes salariées dans l'Hexagone. Selon 7 % des DRH sondés, les écarts de rémunération ont même tendance à augmenter. Quant aux femmes, 58 % d'entre elles estiment que leurs salaires ne rattrapent pas ceux de leurs homologues masculins. Et elles sont 11 % à dire que l'écart augmente. A l'inverse, 38 % des dirigeants jugent que les écarts de rémunération entre les deux sexes se réduisent, quand seulement 16 % des femmes interrogées par Cegos font ce constat.

C'est une première : une école entièrement dédiée à l'économie du sport va voir le jour à Paris. Sa création est due à Alain-Dominique Perrin, ancien patron de Cartier International, qui avait déjà relancé l'EDC. A compter de septembre 2011, Sports Management School (SMS) proposera un cursus post-bac en trois ans, alliant des enseignements de base (comptabilité, finance, marketing...), dispensés en partie par l'EDC, et des cours assurés par des experts et des praticiens du sport. « A la différence des masters et autres cursus spécialisés dans le management du sport, il

s'agit d'une véritable école, généraliste et sectorielle », souligne Alain-Dominique Perrin. La grande force de SMS réside dans son réseau : celui des anciens de l'EDC, celui aussi du monde sportif, que le fondateur mobilise pour parrainer les élèves. « Il existe de très nombreux métiers dans ce secteur », estime-t-il, assurant que les débouchés seront au rendez-vous. La scolarité coûtera 7.500 euros, mais 20 % des élèves devraient bénéficier d'une bourse financée par une entreprise. Dans un premier temps, l'école proposera un bachelor (à bac +3), avant de passer au master et au MBA. J.-C.L.



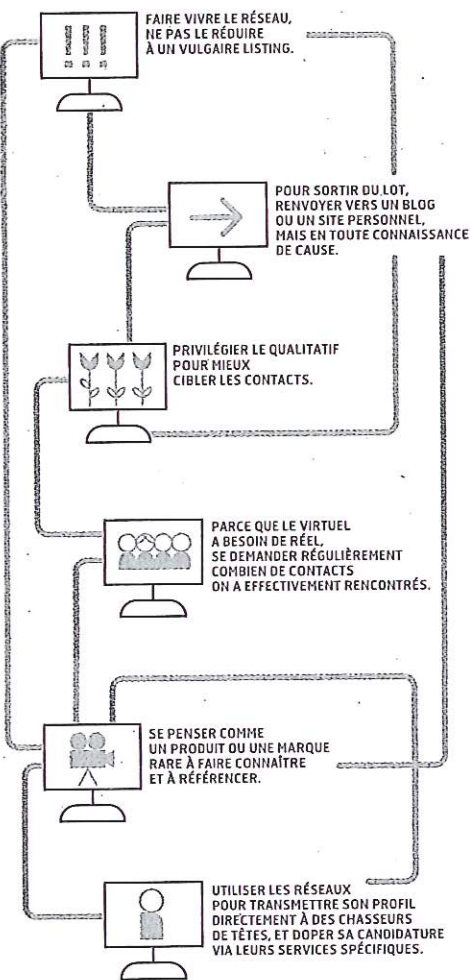
Fondée en 2005, l'association Nos quartiers ont des talents œuvre à promouvoir les jeunes diplômés (à partir de bac + 4) issus des quartiers populaires, en facilitant les relations avec les recruteurs, notamment à travers un suivi personnalisé. Présente dans trois régions (Ile-de-France, Rhône-Alpes et Midi-Pyrénées), elle organise aujourd'hui et demain ses premières rencontres nationales à Mame-la-Vallée. Environ 8.000 étudiants sont attendus. Au programme, des rencontres avec les recruteurs et les organisations professionnelles, des conseils pour l'orientation et des débats en présence de personnalités du monde de l'entreprise, dont Laurence Parisot et Claude Bébéar. www.nosquartiers.tv

MANAGEMENT Petit tour d'horizon des astuces à connaître pour doper virtuellement sa carrière et en tirer une satisfaction et des profits, eux, bien réels

Doper sa carrière grâce aux réseaux sociaux

Les réseaux sociaux ne nuisent pas forcément à une carrière : ils peuvent aussi lui donner un coup d'accélérateur. A côté de Facebook, mis en lumière la semaine dernière par la décision des prud'hommes de valider le licenciement de salariés qui avaient dénigré leur entreprise (« Les Echos » du 22 novembre 2010), plusieurs plates-formes strictement professionnelles existent, comme Viadeo, LinkedIn, Plaxo ou Xing. Mais, bien souvent, leurs membres n'y déroulent pas de stratégie de visibilité professionnelle active. Nombre d'entre eux se sont simplement laissés inviter par une de leurs plus ou moins proches connaissances. « Ou alors ils se mobilisent soudain sur le Net, parce qu'ils se retrouvent en situation de recherche active d'emploi. Ce qui résulte d'une utilisation limitée du dispositif », remarque Jean-Pascal Szeleski, directeur des services Web de l'Agence pour l'emploi des cadres (Apec). Or, l'usage d'un réseau en ligne vise bien davantage à promouvoir sur la durée une valeur professionnelle individuelle qu'à répondre à un besoin ponctuel. Problème : tout le monde ne peut pas s'improviser pro du marketing personnel.

SIX CONSEILS POUR UNE AUTOPROMOTION EFFICACE



clefs propres à un secteur d'activité. Immanquablement, un ingénieur informatique y placera, par exemple, des mots abscons tels que « spring » ou « swing » en référence à ses logiciels favoris. Quant aux éléments d'ordre personnel, ils n'ont pas leur place dans ce type de réseau. « Ou alors, si on fait référence à un blog ou site personnel, il faut le faire en connaissance de cause. Surtout si le blog tient du billet d'humeur ! », prévient Olivier Fécherolle.

LES CONTACTS

Le premier relais d'opinion correspond à un groupe d'amis et de proches connaissances. Ensuite, il faut passer à la vitesse supérieure. « Je fais suivre tous mes rendez-vous, assortis d'échanges de cartes de visite, par une demande de mise en réseau virtuel et je n'oublie jamais de les remercier pour avoir rejoint mon réseau », indique une femme cadre supérieure. « Les gens croient à tort que plus leur nombre de contacts est grand, plus

« Les gens croient que plus leur nombre de contacts est grand, plus ils apparaissent importants. Au contraire, il faut bien cibler les contacts. »

UNE RÉCENTE DIPLOMÉE DE L'EXECUTIVE MBA D'HEC

ils apparaissent importants, lance une récente diplômée de l'exécutive MBA d'HEC. Au contraire, il faut plutôt faire du qualitatif et bien cibler les contacts. Pour sa part, Damien Crequer, associé du cabinet de recrutement Taste, s'adresse aux contacts de ses contacts directement ou par le biais d'introductions. Avec une constante : un message personnalisé et poli. « N'oublions jamais que ce qui est déplacé dans la vie réelle l'est tout autant dans un espace virtuel », explique-t-il en faisant référence à la notion de don et de contre-don : « L'ennui est que beaucoup ignorent ou oublient qu'il faut d'abord se poser la question du don avant de penser à recevoir [une recommandation, un contact utile, un emploi, NDLR] ». « A l'écart, la plupart ouvrent largement leur réseau puis, une fois une taille critique obtenue, restreignent leur accès », remarque Olivier Fécherolle.

Sachant aussi que le virtuel a besoin de réel, il est utile de se poser de temps à autre cette question : combien de personnes ai-je rencontrées sur mes 500 contacts ? Autre remarque : que dire de ceux qui interdisent l'accès à leur carnet d'adresses virtuel ? « Qu'ils ont une logique de passager clandestin ! », estime Damien Crequer. « Leur raisonnement ? Je profite de ce que le groupe construit sans que moi, je lui rende quoi que ce soit. »

LA VISIBILITÉ

Dans un réseau, ce sont bien souvent toujours les mêmes qui postent des commentaires, mobilisent l'attention ou encore maintiennent avec brio le trait d'humour professionnel. « Or, il faut se penser comme un produit ou bien une marque qu'il faut faire connaître et référencer », estime Damien Crequer. Et analyse ce qui se fait déjà dans les réseaux sociaux, puis cherche à surprendre sans précipitation et surtout sans sous-estimer la puissance de ce genre de réseaux. « L'objectif est de sortir du lot : il faut donc se faire connaître au sein d'une communauté, participer à des débats de groupe, publier des articles ou encore informer de sa présence à un Salon jugé incontournable », insiste la récente diplômée d'HEC.

On peut aussi féliciter une personnalité d'un secteur d'activité cible qui vient d'être couronnée par un prix et lui proposer une rencontre. Ou encore organiser soi-même des événements et le faire savoir. Sans en faire trop : la tricherie et le manque de sincérité sont à tous les coups contre-productifs. Enfin, il ne faut pas seurrer : travailler à sa visibilité virtuelle prend du temps et nécessite de la régularité.

DE NOUVEAUX POINTS D'ENTRÉE EN ENTREPRISE

Traditionnellement, la direction des ressources humaines constituait l'unique point de contact avec une entreprise. Ce n'est plus le cas aujourd'hui, car nombre de managers ont un profil en ligne. Résultat : tout un chacun peut accéder à des personnes en poste susceptibles de recruter, de devenir clients ou partenaires, de fournir des renseignements sur l'entreprise ou encore d'être des recrues potentielles introuvables autrement. Ceux qui sont en recherche active de poste sont invités à transmettre leur profil directement à des chasseurs de têtes et peuvent bénéficier - via des options payantes - de services spécifiques (CV interactif, facilités de contact avec des recruteurs, etc.). « Cela accélère les choses mais, comme dans la vie réelle, les résultats ne sont pas toujours à la hauteur des espérances », constate un ex-manager. A noter : après un premier partenariat avec LinkedIn qui n'a pas donné satisfaction, l'Apec en a noué un autre avec Viadeo. Une façon pour l'agence de faire monter en puissance ses services, qui viennent de comptabiliser leur 100.000^e membre connecté sur le réseau.

LES RISQUES

Si les risques sont nombreux, surtout si on se comporte comme ces jeunes candidats qui, suite à un entretien, ont invité le recruteur qu'ils avaient rencontré à rejoindre leur réseau d'amis sur... Facebook ! Une récente charte des réseaux sociaux, placée sous l'égide de cabinets du réseau de l'Association A compétence égale, met en garde contre des sites susceptibles de fausser le jugement des recruteurs. « Même le module professionnel de Facebook, tentative légitime, est une erreur en raison de la cohabitation de la sphère privée avec la professionnelle », insiste Damien Crequer. Autres précautions : se méfier des « tags » qui légèrissent des photos à caractère personnel et des diffusions massives qui nuisent à la confidentialité, éviter les réseaux de

LES CHIFFRES CLEFS

Selon une étude de Médiométrie, plus de 20 millions de Français seraient inscrits sur un site communautaire et plus de 8 millions s'y rendraient tous les jours. Facebook : 500 millions d'utilisateurs dont 15 millions en France. LinkedIn : 65 millions dans le monde dont environ 1 million en France. Twitter : 120 millions d'utilisateurs dont 225.000 en France. Viadeo : plus de 30 millions de membres à travers le monde, dont près de 4 millions en France. 3.000 personnes que l'on ne rencontrera jamais et faire attention ce que l'on dit de soi.

DES ATOUTS ET DES LIMITES

Si on sait s'y montrer astucieusement visible, LinkedIn, Plaxo, Twitter, Viadeo, Xing, etc. peut considérablement changer donne. Ces clubs professionnels sans parrainage constituent effet une forme moderne de démocratisation. Ils mélangent les relations professionnelles, au p'tait national qu'international ouvrent plus largement la porte aux femmes ainsi qu'aux personnes d'origine sociale modeste non nécessairement issues grandes écoles. Tels sont leurs atouts qui n'ont toutefois pas certaines limites. Car comment mesurer le pacte véritable des réseaux virtuels professionnels dans la vie réelle ? Et le recours aux réseaux sociaux monte tellement en puissance, que t-on d'aboutir à une fracture entre ceux qui y figurent et ceux qui n'y sont pas ? MURIEL JASOR

EN SAVOIR PLUS

« Positionnement professionnel et réseaux », d'Isabelle Mounier-Kuhn et Jerry Knock (Dunod) « Décrocher un emploi grâce aux réseaux », d'Aymeric Vincent (Studyrama Vocatis) « Les Réseaux sociaux sur Internet », de Louis-Serg Real del Sorte (Alphée/Jean-Paul Bertrand)