

Ce document vous est proposé par PoleDocumentation.fr

Maîtriser l'art des candidatures spontanées, avec la méthode CAB+P

Quand une entreprise publie une offre d'emploi, elle exprime un besoin qu'elle a identifié au sein de ses services.

Quand vous envoyez une candidature spontanée, l'entreprise n'a pas identifié de besoin (ou pas encore). C'est à vous de susciter ce besoin !

Marché ouvert, caché et... potentiel

Il existe 3 niveaux de marchés de l'emploi :

1. Le marché **ouvert** = les offres d'emploi (*besoin identifié et exprimé publiquement*)
2. Le marché **caché** = les postes à pourvoir qui ne font pas l'objet d'une offre d'emploi (*besoin identifié et exprimé en privé, dans un réseau fermé, ...*)
3. Le marché **potentiel** = le poste n'existe pas mais il est possible de le faire naître (*besoin non identifié, mais il est probable qu'il existe*)

Les deux derniers points concernent donc les candidatures spontanées. Mais si personne de votre réseau ne vous a prévenu d'une offre « privée », il vous faudra procéder de la même manière pour les deux cas.

(image : iceberg)



La candidature classique à proscrire pour une démarche spontanée !

Nombreux candidats (je l'ai fait aussi !) rédigent leurs candidatures spontanées comme si l'entreprise pouvait répondre à LEURS besoins... pour schématiser, ils déclarent : « je cherche un poste de documentaliste, j'ai un diplôme, embauchez-moi ».

Votre « cible » (la personne à qui vous avez envoyé la candidature) n'a pas le temps de s'interroger sur les besoins internes auxquels vous pourriez répondre en tant que documentaliste, encore moins de déterminer quels seront les bénéfices que vous pourrez apporter à l'entreprise. D'ailleurs, il est fort probable qu'elle ne sache pas concrètement ce que font les professionnels de l'information !

Quelle est la probabilité pour que votre courrier rencontre rapidement la poubelle ?

Regardez la télé !

Allez sur votre canapé et allumez la télé. Je vous assure que ça sera productif ! Zappez jusqu'à trouver une plage de publicités. Puis pensez à votre dernier achat : aviez-vous besoin de ce smartphone dernier cri ? de cette lessive réputée surpuissante ?

Pas forcément... et pourtant, vous l'avez acheté en vous persuadant des bénéfices que ce produit allait vous apporter, n'est-ce pas ? Et d'ailleurs, il est probable que certains soient réels.

Pour la démarche de candidature spontanée, c'est la même chose. La « cible » n'a pas conscience de son besoin, ni même des avantages et bénéfices que vous pourriez apporter à l'entreprise. Il va donc falloir lui faire comprendre, lui montrer....

(image : homme regardant la télévision)



La méthode CAB + P

CAB + P = Caractéristiques, Avantages, Bénéfices + Preuves

Caractéristique : Appareil photo numérique

Avantage : Pas de développement

Bénéfice : Visualisez immédiatement votre prise de vue.

Ex tiré de <http://se-faire-connaître.fr>

Autre ressource pour mieux comprendre : www.marketeur.biz

Comme vous pouvez le voir via cette démarche, on ne vend plus un objet ou un service, **on vend les bénéfices qu'il va apporter au client** :

Interrogez-vous : quels bénéfices puis-je apporter à l'entreprise ?

Caractéristique : vous avez des compétences en veille concurrentielle

Avantage : vous allez pouvoir surveiller les concurrents de l'entreprise, la renseigner sur les produits et stratégies de ses concurrents

Bénéfice : l'entreprise pourra réagir plus vite, voire même anticiper les développements des concurrents, elle augmentera ses ventes à terme.

Et le + P ?

Le P = preuves. A la télévision, la publicité vous montre en général le produit lors de différentes utilisations ou dans différents environnements : un smartphone waterproof qui est aspergé d'eau, une voiture qui roule dans le désert, etc. C'est la preuve par l'exemple.

Vous prétendez pouvoir aider l'entreprise à augmenter ses ventes en réalisant une veille concurrentielle efficace ? Prouvez-le !

Comment ?

En créant un « dossier preuves ». Votre candidature doit être axée sur 1 à 3 éléments maximum : vos compétences en veille concurrentielle, en GED et en édition de newsletter, par exemple.

Et pour ces 1 à 3 éléments, vous apporterez un paragraphe d'explication (CAB), puis une preuve : un portfolio contenant soit un travail que vous avez effectué auparavant et qui prouve que vous avez ces compétences, soit un travail que vous avez effectué uniquement pour cette entreprise.

Cela vous prendra plus de temps. Mais vous pouvez optimiser l'utilisation de votre travail en amont, en faisant parvenir votre étude à toutes les entreprises qui ont la même activité. Si vous réalisez un dossier « preuves » pour une entreprise d'agroalimentaire, faites la liste des autres sociétés du même secteur proches de votre domicile, et envoyez leur le dossier également !

N'oubliez jamais les besoins de la cible

Maintenant que vous avez compris la méthode CAB + P, n'oubliez pas : vous devez répondre aux besoins potentiels de votre « cible », pas les adapter à vos compétences.

Il faut donc prendre le problème à l'envers. Vous avez remarqué, en cherchant le site web de l'entreprise ciblée, qu'elle n'a quasiment aucun contenu sur ses pages. Comme vous avez justement des compétences en rédaction de contenus pour des sites web, vous allez donc proposer à votre « cible » d'alimenter le site, dans l'objectif d'apporter plus de renseignements utiles aux clients internautes, et de les amener à contacter plus facilement l'entreprise. Et pour la preuve, vous pouvez soit envoyer une copie d'écran d'un site web que vous avez alimenté pour une entreprise lors d'une précédente expérience, soit proposer un plan de site web pour cette entreprise-cible.

Votre cible se fiche éperdument de VOS besoins. Elle n'a pas non plus conscience des siens de ce point de vue-là. Il va donc falloir mettre le doigt dessus et démontrer ce que vous pouvez apporter de plus à l'entreprise.

Pas de candidatures spontanées pour les recruteurs

L'erreur commune des chercheurs d'emploi ? envoyer leur candidature spontanée au service RH de l'entreprise.

N'oubliez jamais : le rôle d'un service RH est de trouver les candidats, et vérifier que leurs compétences correspondent aux fiches de postes déterminées par l'entreprise pour un emploi à pourvoir. Pensez-vous que cette mission soit compatible avec la démarche de candidature spontanée, qui cherche à susciter un besoin ? (bon évidemment, sauf dans le cas où vous visez un poste de documentaliste dans un service RH :-D).

Envoyez votre « dossier candidatures/preuves » à la personne qui pourra se rendre compte que l'entreprise a ce besoin : si votre dossier porte sur le site web, ciblez le/la responsable communication, par exemple. Dans ce cas particulier, ce sera lui/elle le « décisionnaire ».

(image : trois recruteurs assis à une table)



Comment identifier des besoins ?

Cela va aussi vous prendre du temps, mais vous apporter une connaissance assez intéressante des différents secteurs d'activités. Vous devez en premier lieu bien connaître votre parcours, vos réalisations, vos compétences... et avoir quelques exemples de bénéfices obtenus grâce à ces réalisations.

Ensuite, il ne faudra pas hésiter à vous renseigner et pas seulement sur l'entreprise-cible, mais sur toutes celles qui oeuvrent dans le même secteur : visiter son site web, ses profils de réseaux sociaux (et ceux de ses salariés), consulter les offres d'emploi publiées par l'entreprise (toutes, pas seulement celles concernant l'infodoc), etc.

Vous pouvez également aller plus loin dans la recherche de renseignements, en lançant des sondages auprès de dirigeants d'entreprises, en réalisant des interviews de professionnels, en suivant l'actualité économique locale, etc.

De quoi sera composé mon « dossier candidatures/preuves » ?

Une lettre d'accompagnement, mais surtout pas de motivation. Elle contiendra 1 à 3 paragraphes, selon le nombre de preuves que vous souhaitez apporter.

Un dossier preuves. Vous dites avoir réalisé les textes d'un site web, le dossier doit contenir des copies d'écran de tous les contenus que vous avez rédigés, et si possible d'autres éléments comme les statistiques de fréquentation qui ont augmenté, les contacts prospects qui ont été générés par ce contenu, etc.

Eventuellement votre CV, mais uniquement placé à la fin du dossier preuves.

Votre carte de visite. Il s'agit d'une démarche « professionnelle », pas d'une démarche de recherche d'emploi car vous ne vous adressez pas à un recruteur, mais à un « décisionnaire ».

Adeline LORY, pour PoleDocumentation.fr