

## Quitter son entreprise, Quand, Comment ?

### 2e partie

Voyons maintenant quelle démarche vous devez avoir pour faire une recherche (discrète, confidentielle serait idéale mais difficile à réaliser). Celle-ci se passe en 5 étapes, chaque étape est essentielle à la réussite de ce projet.

Pour arriver à faire une recherche sérieuse il faut avoir une stratégie et cette stratégie commence par **une Auto-évaluation.**

Cette auto-évaluation consiste à évaluer vos forces et vos faiblesses, votre personnalité, vos passions, vos ambitions personnelles, les progrès que vous désirez réaliser par rapport au passé, les secteurs pour lesquels vous avez une préférence, tout en combinant le choix du poste par rapport à votre compétence réelle.

La recherche d'un job consiste à se faire acheter par quelqu'un de l'extérieur généralement un Directeur Général accompagné par une Direction des Ressources Humaines (la Direction des Ressources Humaines participant à la procédure de recrutement, au choix des CV par rapport au poste à pourvoir...), le Directeur Général étant le vrai décideur car c'est avec lui que vous allez travailler.

### **ACTION :**

Etablissez la liste de

- ✓ Vos compétences, vos « métiers » de base
- ✓ vos qualités,
- ✓ vos défauts,
- ✓ vos préférences
- ✓ votre personnalité,
- ✓ votre caractère,
- ✓ votre degré de pugnacité,
- ✓ votre volonté,
- ✓ vos goûts,
- ✓ vos passions,
- ✓ vos ambitions qu'elles soient personnelles ou qu'elles soient financières.

Alors vous pourrez passer à la deuxième étape : le ciblage.

A noter : il existe des bilans de compétences, mais ce sont souvent des systèmes pour orienter les jeunes. L'APEC propose notamment un bilan de compétences remboursé par les Fonds de financement des formations (votre CPF). De nombreux systèmes d'évaluation gratuits ou payants sont également sur le marché.

## Le Ciblage

Sur la base de l'inventaire de vos préférences et de vos compétences, vous allez établir une liste d'environ 15, 20 peut-être 30, sociétés où vous désirez travailler, en France ou à l'étranger.

Il se peut que vous ayez déjà fait ce travail et que vous en ayez sélectionné un plus petit nombre et cela dépend des secteurs ; peut-être vous limiterez vous à 2, 3 entreprises d'abord et ensuite élargirez-vous cette liste. Si vous n'avez que 2 ou 3 cibles vous prenez le risque de tomber à un moment où il n'y a pas de poste disponible. Il est donc infiniment préférable que vous ayez une liste où vous jouez sur la loi des grands nombres : 30 paraissant être un bon chiffre.

Le niveau du poste que vous convoiterez à l'extérieur doit faire l'objet d'une réflexion approfondie :

Si c'est trop élevé parce que vous avez une ambition démesurée, vous risquez de ne pas trouver de poste, si, immédiatement, le futur décideur voit quels sont vos défauts (il ne faut pas croire que les décideurs ne perçoivent pas vos forces et vos faiblesses), ce serait un mauvais calcul.

Si vous décidez en revanche de vous présenter à des postes en dessous c'est-à-dire des postes latéraux par rapport à votre poste actuel, vous ne progresserez pas et le risque est que ce soit un coup pour rien et qu'il aurait mieux valu rester dans l'ancien poste où vous aviez des relations, des rapports humains probablement corrects et où vous pouviez construire sur un historique.

Il faut donc viser juste et le moyen de viser juste dans le ciblage consiste à identifier le problème de l'entreprise que vous approchez et, à partir de là, de discerner les 2 ou 3 priorités. Et si vous êtes très fort dans ces priorités là, vous pourrez progresser.

Prenons un exemple : supposons que vous vouliez passer de Directeur de Business Unit à Directeur de la division internationale ; c'est une étape qui est très sérieuse, peut-être le poste est-il 10 fois plus important en chiffre d'affaires, mais si on vous dit que le vrai challenge de

la division internationale c'est de prendre pied en Allemagne ou aux États-Unis et que ce sont des pays où vous avez une très forte expérience vous ne prenez qu'un risque calculé en montant une marche très élevée mais dans un secteur que vous connaissez bien.

La stratégie la meilleure consiste à jouer prudent. Trop d'ambition nuit, mais pas assez d'ambition est également mauvais. Il faut garder une mesure prudente qui permet de réaliser des changements ambitieux.

Passons à l'étape suivante : vous avez fait l'inventaire de vos qualités, de vos compétences, de vos défauts, de vos passions, de vos désirs, vous avez ciblé dans la phase 2 les entreprises et les niveaux de poste qui vous intéresseraient et où vous pouvez performer de façon heureuse. A ce moment-là le vrai problème est de savoir comment atteindre ces cibles.

La phase 3 consiste à **créer un réseau et à atteindre les cibles.**

Vous pouvez appeler les Chasseurs de Tête, c'est aléatoire, mais si vous en connaissez un, présentez-lui votre plan. Cela peut réussir s'il a des idées et des mandats intéressants pour vous. Il existe une liste sur Internet de Chasseurs de Têtes respectant la déontologie de l'Association of Executive Search Consultant (<https://www.aesc.org/members#region-box-bottom>)

Il s'agit sinon, non pas de créer un réseau parmi ses amis ou ses relations, ou les amis de ses amis, les relations de ses relations etc (ce qui ne va pas très loin et donne souvent des relations qui ne sont pas fondées sur l'intérêt réciproque), mais plutôt d'approcher des gens que vous ne connaissez pas et que vous identifiez comme décideurs. Trouvez pour cela des personnes avec lesquelles vous avez un point commun et qui les connaissent eux, et faites une approche indirecte de ces décideurs.

Prenons un cas précis : vous approchez le décideur n°12 sur votre liste de cibles qui est Directeur Général d'une grande société de produits industriels, que vous avez identifié comme étant la personne qui peut vous recruter dans un domaine où il y a un véritable challenge pour l'entreprise ; challenge que vous pouvez résoudre. Si vous lui écrivez directement sans l'avertir, il va vous dire « J'ai une organisation, il n'y a pas de poste pour le moment. Je vous recontacte éventuellement »... et votre candidature passera aux oubliettes.

Si en revanche, il a un vrai problème connu de l'entreprise et dont vous avez entendu parler. Vous pouvez approcher quelqu'un, dans une autre partie de l'entreprise, avec lequel vous allez créer un lien de convivialité, lequel vous recommandera au véritable décideur. Celui-ci sera peut être très heureux de vous voir comme la solution à son problème.

Si vous voulez atteindre le Directeur Général de la société n°12 sur votre liste. Imaginons que c'est une société qui a un problème de développement international, vous pouvez participer à ce développement international, vous avez une compétence pour le faire ; vous savez qu'il y a ce problème par le rapport annuel, par des renseignements de la concurrence, les journaux économiques, les analystes financiers. A ce moment-là, vous allez identifier quelqu'un dans le domaine des Communications, dans le domaine des Ressources Humaines peut-être ou dans le domaine Financier ou Industriel, une personne qui est de la même école que vous, qui vient du même pays que vous, de la même province...

Si vous n'en trouvez pas, vous pouvez créer ce lien en allant voir des gens dans les associations professionnelles, dans les chambres de commerce, des avocats, des banquiers, des gens qui sont des sources multiples de contact et vous essayez de trouver sur LinkedIn dans la liste du personnel des cadres qui sont proches de cette personne.

En ce qui me concerne, je n'ai jamais eu de problème à faire des InMail sur LinkedIn. J'ouvre toujours un compte Premium, j'identifie quelqu'un qui est un décideur, je fais une première approche en proposant de façon courte (3 lignes) mais très précise à la personne qui est le décideur, une réunion pour lui faire une proposition me concernant. Mais en étant sincèrement honnête, pas tordu. Par exemple :

« *Bonjour Monsieur X*

*Je souhaiterais vous consulter sur mon projet d'assister les entreprises comme la vôtre à développer leurs filiales, ou projets de développement en Allemagne et aux Etats-Unis, deux pays où j'ai créé des filiales très rentables. Pouvez-vous me recevoir ?*

*Signature »*

Ceux d'entre vous qui ont été commercial le savent bien : il faut d'abord obtenir le rendez-vous sans trop en dire sinon on peut parfois détruire l'intérêt de l'interlocuteur en lui donnant l'option de décider ; il faut donc susciter la curiosité sans dévoiler l'objet.

Comme je l'ai indiqué tout à l'heure, ce n'est pas toujours la meilleure idée parce que la personne peut vous dire non mais il y a, tout de même, une chance sur 2 qu'il réponde favorablement. Si c'est oui et qu'il vous a répondu, le problème est réglé. S'il ne répond pas, vous pouvez évidemment appeler son secrétariat en lui proposant d'envoyer un mail très bien fait qu'elle transmettra avec votre page LinkedIn ou avec une fiche qui résume votre projet.

Une autre solution est, comme je l'ai indiqué, de trouver une personne qui indirectement le connaît et qui va vous recommander à lui. Cela demande une petite recherche, mais en cas d'échec de la première approche, c'est le seul moyen efficace de réseauter sur LinkedIn. Il faut trouver « la personne qui connaît la personne » ; en d'autres termes de créer un lien avec quelqu'un qui va vous recommander au décideur. Il est rare qu'on n'arrive pas à ses fins et qu'on n'ait pas sur 30 cibles désirées au moins une vingtaine de résultats parfois même 30/30. Vous pouvez commencer par établir une liste prioritaire et approcher celle-là d'abord.

Il y a des cas où vous cherchez dans un métier où vous aurez 50 cibles, il vous faudra alors choisir des entreprises de croissance, des entreprises à succès ou en fonction de la personnalité du dirigeant, et pour cela il faut consulter le site de l'entreprise ; même les entreprises non cotées ont un site qui vante les mérites du groupe, de ses innovations, il y a toujours des articles dans les Echos ou d'autres journaux qui vantent les sociétés qui veulent se faire connaître et faciliter la vente de leurs produits.

Nous verrons dans une 3<sup>e</sup> et dernière partie les deux dernières étapes indispensables pour finaliser votre recherche et la couronner de succès.

Bien à vous

Jean-Michel Beigbeder  
[jmb@happyjobconsulting.fr](mailto:jmb@happyjobconsulting.fr)