

Étudiants, jeunes professionnels

COMMENT CONSTRUIRE VOTRE RÉSEAU



- ➔ **50 fiches** pour réseauter efficacement
- ➔ **Un guide** pour vous ouvrir des portes

NETWORKING

TOUTES LES CLÉS POUR LES JEUNES ACTIFS

Que vous soyez étudiant ou jeune professionnel, il est fondamental de commencer à construire votre réseau dès à présent. Ce livre 100 % opérationnel va vous guider pas à pas.

Quels que soient votre secteur d'activité ou votre formation, vous allez apprendre à jongler avec tous les outils à votre disposition pour muscler et entretenir votre réseau professionnel en France et à l'étranger : associations d'alumni ou professionnelles, mentorat, réseaux sociaux, juniors-entreprises, etc. Truffées de conseils pratiques et d'exemples, les 50 fiches de ce livre baliseront votre initiation au réseautage, de l'école au milieu professionnel, pour :

- ✔ Vous ouvrir des portes et être recruté.
- ✔ Garder contact avec vos camarades, professeurs, maîtres de stages...
- ✔ Décrypter les codes du travail en entreprise.
- ✔ Décrocher vos premiers clients.

En bonus, des exemples d'e-mails adaptés aux différentes situations de réseautage : message de départ de l'entreprise, prise de contact avec un ancien de votre école, etc.

Précédemment journaliste puis fiscaliste chez un notaire, **Maxime MAEGHT** est responsable du développement du cabinet d'avocats Alerion. Spécialiste des questions de réseautage, il est l'auteur du *Guide du networking pour développer votre clientèle* (à l'usage des professions du conseil) également publié aux éditions Eyrolles.

**Étudiants,
jeunes professionnels :
comment construire
votre réseau**

Groupe Eyrolles
61, bd Saint-Germain
75240 Paris Cedex 05

www.editions-eyrolles.com

DU MÊME AUTEUR AUX ÉDITIONS EYROLLES :

Le Guide du networking pour développer votre clientèle (à l'usage des professions du conseil), Collection « Livres outils – Efficacité professionnelle », 2015.

AVERTISSEMENT :

Les propos tenus par l'auteur dans cet ouvrage n'engagent que lui et ne sauraient impliquer son employeur de quelque manière que ce soit.



Le Code de la propriété intellectuelle du 1^{er} juillet 1992 interdit en effet expressément la photocopie à usage collectif sans autorisation des ayants droit. Or, cette pratique s'est généralisée, notamment dans l'enseignement, provoquant une baisse brutale des achats de livres, au point que la possibilité même pour les auteurs de créer des œuvres nouvelles et de les faire éditer correctement est aujourd'hui menacée.

En application de la loi du 11 mars 1957, il est interdit de reproduire intégralement ou partiellement le présent ouvrage, sur quelque support que ce soit, sans autorisation de l'éditeur ou du Centre français d'exploitation du droit de copie, 20, rue des Grands-Augustins, 75006 Paris.

© Groupe Eyrolles, 2016
ISBN : 978-2-212-56380-1

Maxime Maeght

**Étudiants,
jeunes professionnels :
comment construire
votre réseau**

EYROLLES

*Ce livre est dédié à M. Samuel de Cardillac
que je remercie pour l'aide précieuse qu'il m'a apportée
au début de ma vie professionnelle.*

Remerciements

Ce livre n'est pas seulement le fruit d'une expérience personnelle : cela n'aurait pas été suffisant pour dresser un tableau fidèle des différentes manières de réseauter. Je l'ai donc rédigé après avoir interviewé des étudiants et des professionnels de toutes les générations, travaillant à des fonctions et pour des secteurs d'activité très variés.

Il serait difficile de citer toutes les personnes qui m'ont aidé dans le cadre de ce projet. Ceux qui n'y figurent pas se reconnaîtront. Je tiens notamment à remercier chaleureusement :

Valentine Appert, Stéphanie Bonel, Lina Boumediene, Audrey Bujaldon, Marie-Claire Capobianco, Juliette Chaventré, Élise et Raphaëlle Covilette, Valentine de Tymowski, Anne-Claire Gillig, Élodie Haimet, Marianne Harlé, Muriel Helvadjian, Joëlle Jung, Virginie Liquard, Hélène Macrez, Yoyo Maeght, Aude Poujade, Marine Robert, Lucile Sagnet, Aurélie Sultan, Marie-Claude Sivagnanam, Lise Vogel, Arthur André, Stéphane Baquet, Luc Barbier, Rodney Bohui, Pierre-Louis et Patrice Bonduelle, François-Xavier Casanova, Bertrand Cosson, Fabien Couillard, Sylvain Dorget, Edouard Duhamel, Ciril Faia, Romain et Jean-Marie Gérard, Thierry Gauthron, Oliver Hémar, Mickaël Hoffmann-Hervé, Xavier Lagarrigue, Benjamin Le Pêcheur, Maxime Lepissier, Thibaut Mathieu, François-Xavier Méricard, David Meulemans, Vladimir Nguekam, Gilles Noël, Romain Péninque, Mathieu Pinon, Thibault Pinson, Pierre-Yves Rollet, Mathieu Roux, Xavier Segrestin, François Marie Tardo-Dino, Cécilien Trauchessec et Francis Willigsecker.

Je remercie également les avocats et salariés du cabinet Alerion ainsi que les membres du club Corporate Finance & Friends, mes amis et ma famille pour leurs encouragements et leur soutien.

Enfin, pour leur aide précieuse tout au long de ce projet, mes remerciements particuliers vont à Denise Martucci, Alain Clot, Jean-Christel Trabarel ainsi qu'aux éditeurs qui m'ont fait confiance pour ce deuxième livre : Florian Migairou et Guillaume Bertrand.

Maxime Maeght

Table des matières

| | |
|---|-----|
| Remerciements | VII |
| Avant-propos | 1 |
| Trois questions à Marie-Claire Capobianco, membre du comité exécutif de BNP Paribas | 3 |
| Partie 1. S'initier au réseautage | 5 |
| Comprendre l'intérêt du réseau | 6 |
| Fiche 1. Démystifier le réseau | 6 |
| Des finalités multiples | 6 |
| Utile dans tous les secteurs | 7 |
| Une part d'incertitude | 7 |
| Fiche 2. Progresser dans sa carrière | 9 |
| Décrocher son premier poste | 9 |
| Progresser | 10 |
| Se reconvertir | 10 |
| Fiche 3. Conquérir des clients | 13 |
| À tous moments | 13 |
| Une aide très concrète | 14 |
| Fiche 4. Construire son carnet d'adresses | 16 |
| La réalité du carnet d'adresses | 16 |
| Être régulier | 17 |
| Cerner le fonctionnement du réseau | 19 |
| Fiche 5. Être à l'écoute des besoins de son réseau | 19 |
| Savoir rendre service | 19 |
| Apprendre à écouter | 20 |
| Fiche 6. Agir avec délicatesse | 22 |
| Savoir remercier | 22 |
| Savoir demander | 23 |

| | |
|---|----|
| Fiche 7. Animer son réseau | 25 |
| Donner et prendre des nouvelles | 25 |
| Être visible | 25 |
| Fiche 8. Combattre les idées reçues | 27 |
| Idée reçue n° 1: « Je n'ai pas de réseau; je ne peux donc pas m'en servir » | 27 |
| Idée reçue n° 2: « Je vais déranger » | 28 |
| Idée reçue n° 3: « C'est réservé à une élite » | 28 |
| Idée reçue n° 4: « Le réseautage, c'est forcément mondain » | 28 |
| Idée reçue n° 5: « Ce n'est que le piston » | 29 |
| Fiche 9. Prendre conscience des risques | 30 |
| Risques de réputation | 30 |
| Risques d'indiscrétion | 31 |
| Risques de perte de temps | 32 |
| <i>Les dix règles d'or du réseautage</i> | 33 |
| Partie 2. Profiter des réseaux sociaux | 35 |
| Mesurer la valeur des réseaux sociaux | 36 |
| Fiche 10. Comprendre les réseaux sociaux | 36 |
| Les différents types de réseaux sociaux | 37 |
| Comprendre leur fonctionnement | 38 |
| Fiche 11. Être visible sur les réseaux sociaux | 40 |
| Être visible par la communauté | 40 |
| Interagir avec la communauté | 41 |
| Fiche 12. Rechercher des informations | 43 |
| Informations sur les personnes | 43 |
| Informations sur les entreprises | 45 |
| Fiche 13. Envoyer des messages | 48 |
| Réfléchir à la finalité du message | 48 |
| Cerner les contraintes techniques | 49 |
| Faire les bons choix | 51 |
| Fiche 14. Opter pour les bons réseaux sociaux | 51 |
| Utilisation en fonction de la finalité | 51 |

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|--|----|
| Critères de choix | 51 |
| Fiche 15. Montrer son meilleur profil | 54 |
| Figurer son profil | 54 |
| Rester crédible | 55 |
| Fiche 16. Se connecter aux bonnes personnes | 57 |
| Votre image n'est pas engagée | 57 |
| Être sollicité | 58 |
| À qui se connecter? | 58 |
| <i>Les dix règles d'or des réseaux sociaux</i> | 60 |
| Partie 3. Réseauter pour être recruté | 61 |
| Réseauter grâce à son école | 62 |
| Fiche 17. S'appuyer sur le service « Carrières » | 62 |
| Rôle du service « Carrières » | 62 |
| Investissez-vous | 63 |
| Fiche 18. Échanger avec les professeurs | 65 |
| Être informé | 66 |
| Être recommandé | 66 |
| Être recruté | 67 |
| Fiche 19. Être utile à ses camarades | 69 |
| Partager l'information | 69 |
| Mettre en relation | 70 |
| Fiche 20. S'investir dans les associations | 72 |
| Créer du lien | 72 |
| Acquérir des compétences | 73 |
| Fiche 21. Travailler pour une junior entreprise | 74 |
| Se former | 75 |
| Réseauter dans l'école | 75 |
| Réseauter avec l'extérieur | 76 |
| Fiche 22. Optimiser les expériences internationales | 77 |
| Muscler son carnet d'adresses étranger | 77 |
| Garder contact | 78 |

| | |
|---|-----|
| Réseauter avec les professionnels | 80 |
| Fiche 23. Dénicher les informations | 80 |
| Marché ouvert | 80 |
| Marché caché | 83 |
| Fiche 24. Savoir solliciter son réseau | 85 |
| Réfléchir en amont | 85 |
| Demander une mise en relation | 86 |
| Fiche 25. Rester en contact avec les professionnels | 88 |
| Donner des nouvelles | 89 |
| Se rendre utile | 89 |
| Fiche 26. Participer aux salons de recrutement | 91 |
| Être recruté | 92 |
| Échanger avec les ambassadeurs de l'entreprise | 92 |
| Intéresser les chasseurs de têtes | 94 |
| Fiche 27. Comprendre le rôle des chasseurs de têtes | 94 |
| Rôle des chasseurs de têtes | 95 |
| Une organisation très variable | 97 |
| Fiche 28. Entrer en relation avec les chasseurs de têtes | 99 |
| Approcher un chasseur de têtes | 99 |
| Être approché | 102 |
| Fiche 29. Garder contact avec les chasseurs de têtes | 104 |
| Entretenir le lien | 104 |
| Se rendre utile | 105 |
| <i>Les dix règles d'or du réseau pour être recruté</i> | 107 |
| Partie 4. Réseauter en entreprise | 109 |
| S'adapter à son entreprise et à son secteur | 110 |
| Fiche 30. Soigner son arrivée | 110 |
| Le jour J | 110 |
| Profiter des opportunités d'intégration | 111 |
| Fiche 31. Trouver sa place en interne | 113 |
| S'adapter | 114 |
| Profiter des événements internes | 115 |

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|---|-----|
| Réseauter en stage | 118 |
| Fiche 32. Exister pour revenir | 118 |
| Une chance de rester? | 118 |
| Faites-vous connaître | 119 |
| Fiche 33. Créer des liens avec les autres stagiaires | 120 |
| Pendant le stage | 120 |
| Après le stage | 121 |
| Fiche 34. Réussir son départ | 122 |
| Pot de départ | 122 |
| Tour des bureaux | 123 |
| E-mail d'au revoir | 123 |
| Réussir dans son premier poste | 126 |
| Fiche 35. Réseauter en interne | 126 |
| Se rendre utile | 126 |
| Profiter des opportunités internes | 127 |
| Fiche 36. Décrocher une mobilité interne | 130 |
| Différents cas de figure | 130 |
| Anticiper un changement de poste | 131 |
| Fiche 37. Élargir son réseau hors de l'entreprise | 133 |
| Les contacts liés à l'entreprise | 133 |
| Les contacts hors de l'entreprise | 134 |
| Maintenir les liens avec ses anciens collègues | 135 |
| Fiche 38. Donner de ses nouvelles | 135 |
| Envoyer ses vœux de fin d'année | 135 |
| Profiter d'une occasion | 136 |
| Fiche 39. Rester utile à ses anciens collègues | 138 |
| Se rendre utile | 138 |
| Profiter des associations d'anciens | 139 |
| Créer son entreprise | 141 |
| Fiche 40. Faire mûrir son idée | 141 |
| Attendre le bon moment | 141 |
| Utilité du réseau | 142 |

| | |
|---|-----|
| Fiche 41. Démarrer son projet | 144 |
| Faire les bons choix | 144 |
| Rechercher des associés | 145 |
| Se financer | 145 |
| Fiche 42. Réseauter pour se développer | 147 |
| Dénicher les bons experts | 147 |
| Augmenter ses ventes | 148 |
| Établir des partenariats | 148 |
| Recruter | 149 |
| Fiche 43. Devenir free-lance | 150 |
| Des finalités différentes | 150 |
| Trouver ses missions | 151 |
| <i>Les dix règles d'or pour réseauter en entreprise</i> | 152 |
| Partie 5. S'investir dans les associations | 153 |
| Appréhender le fonctionnement des associations | 154 |
| Fiche 44. Opter pour la bonne association | 154 |
| Intérêt de l'association | 154 |
| Anticiper les contraintes | 155 |
| Fiche 45. Se faire aider et accompagner | 156 |
| Être épaulé par un parrain ou un mentor | 156 |
| Échanger avec d'autres personnes | 157 |
| Adhérer aux associations d'anciens élèves | 158 |
| Fiche 46. Miser sur les alumni | 158 |
| Alimenter son réseau | 159 |
| Être recruté | 160 |
| Fiche 47. S'impliquer dans les associations d'anciens élèves | 162 |
| Participer aux événements | 162 |
| Aller plus loin | 163 |
| Fiche 48. Être conseillé pour être recruté | 165 |
| Participer à des ateliers thématiques | 165 |
| Être coaché individuellement | 165 |

TABLE DES MATIÈRES

| | |
|--|-----|
| Rejoindre une association thématique | 167 |
| Fiche 49. Intégrer un club | 167 |
| Choisir le bon club | 167 |
| S'investir dans une branche dédiée aux jeunes | 168 |
| Fiche 50. Adhérer à une association professionnelle | 170 |
| Intérêt de s'y investir | 171 |
| Branches jeunes | 172 |
| <i>Les dix règles d'or pour réseauter dans une association</i> | 174 |
| Conclusion | 175 |
| Bonus | 177 |
| BONUS 1. BIEN UTILISER SA CARTE DE VISITE | 178 |
| BONUS 2. ENVOYER SES VŒUX | 180 |
| BONUS 3. PRÉPARER UN ENTRETIEN D'EMBAUCHE | 182 |
| BONUS 4. RÉGLER LES PARAMÈTRES DE CONFIDENTIALITÉ DES RÉSEAUX SOCIAUX | 184 |
| BONUS 5. DIX OBJETS D'E-MAILS UTILES | 186 |
| BONUS 6. E-MAILS DE DEMANDE DE MISE EN RELATION | 187 |
| BONUS 7. E-MAILS DE PROPOSITION DE MISE EN RELATION | 189 |
| BONUS 8. E-MAIL DE PRISE DE CONTACT AVEC UN ALUMNUS | 191 |
| BONUS 9. E-MAILS POUR DONNER ET PRENDRE DES NOUVELLES | 192 |
| BONUS 10. E-MAIL DE DÉPART DE L'ENTREPRISE | 194 |
| BONUS 11. E-MAIL DE REMERCIEMENT | 195 |
| BONUS 12. E-MAIL DE PRISE DE CONTACT AVEC UN CHASSEUR DE TÊTES | 196 |
| Bibliographie | 197 |
| Index | 199 |

Avant-propos

Les étudiants et les jeunes professionnels entendent souvent dire qu'il est fondamental de se constituer un réseau. C'est vrai : le réseautage (on parle aussi de *networking*) est utile à toutes les étapes d'une carrière professionnelle, quel que soit son secteur d'activité et quelle que soit sa fonction.

Ceci étant dit, la manière de constituer ce fameux réseau peut sembler quelque peu ésotérique. Naît-on avec ? Doit-on faire partie de clubs fermés ? Comment utiliser les réseaux sociaux ? C'est pour répondre à ces questions que ce livre a été écrit. Son ambition n'est pas seulement de vous faire comprendre l'importance du réseautage. Il s'agit surtout d'en donner les clés à l'heure où vous entrez dans la vie professionnelle.

En effet, nombreux sont ceux qui prennent conscience trop tardivement de l'importance du réseautage, souvent lorsqu'ils ont besoin d'un service et surtout de retrouver un emploi. Ce livre a donc été rédigé pour vous aider à prendre dès maintenant les bons réflexes et vous éviter autant de « Si j'avais su... » que possible. Son but est de vous aider à préparer l'avenir en vous permettant de vous appuyer sur le réseau que vous aurez constitué, au moment où vous en aurez besoin.

Des recettes adaptées aux 18-30 ans

Ce livre ne traite que des aspects de réseautage propres aux étudiants et jeunes diplômés. Son objectif est de montrer que :

- Les finalités du réseautage sont multiples : connaître les secteurs qui embauchent, trouver un emploi, trouver des clients, vous aider à créer et à développer votre entreprise, être dépanné...
- Le réseautage est aussi utile dans le secteur privé que dans le secteur public,
- Tout le monde peut réseauter : cela n'est pas réservé aux élites.
- De multiples manières de se créer et d'animer un réseau existent. À vous de trouver celle qui vous convient en puisant dans la boîte à outils qui est à votre disposition.
- Vos efforts ne doivent pas se limiter à une présence sur les réseaux sociaux.
- Cela ne coûte pas forcément cher.

- Vous devez réseauter avec des personnes de toutes les générations. N'ayez pas peur de solliciter des professionnels expérimentés. En y mettant les formes, vous vous rendrez compte que votre jeunesse peut vous faire bénéficier de leur bienveillance.

Un regard transversal

Si de nombreux points communs existent, on ne se comporte pas forcément de la même façon dans toutes les écoles et dans tous les secteurs d'activité. Il est important de savoir comment cela se passe ailleurs. Vous trouverez donc dans ce livre des exemples qui vous laisseront entrevoir les spécificités de différents milieux.

Vous trouverez enfin çà et là quelques informations sur les différentes manières de réseauter avec l'étranger, qu'il s'agisse de préparer son départ ou de garder contact avec les personnes rencontrées dans un autre pays.

Bonne lecture!

Trois questions à Marie-Claire Capobianco, membre du comité exécutif de BNP Paribas

Avec le baccalauréat pour seul diplôme, Marie-Claire Capobianco a démarré en agence chez BNP Paribas pour atteindre le comité exécutif de ce groupe de près de 200 000 collaborateurs. Co-auteur du livre *Entrepreneuriat féminin. Mode d'emploi* (Eyrolles), elle a accepté de revenir avec nous sur son parcours et de donner son point de vue sur le réseautage pour les jeunes professionnel(le)s.

« Les plafonds de verre existent mais restent franchissables »

1. Quels conseils donneriez-vous aux jeunes professionnels qui envisagent de faire carrière au sein d'un grand groupe tel que BNP Paribas ?

Un grand groupe permet d'exercer une multitude de métiers différents. Ainsi est-il facile d'y faire toute sa carrière et c'est bien l'idée qui a longtemps prévalu tant au niveau des collaborateurs que des managers. Je ne pense pas qu'il soit bon d'avoir une idée aussi prédéfinie de sa vie professionnelle : cela empêche de voir les portes s'ouvrir. Et inversement, l'autre écueil serait de se dire qu'il faut absolument butiner en multipliant les expériences auprès d'employeurs différents. Mieux vaut opter pour une approche plus pragmatique et ouverte sur les opportunités qui se présentent, dans l'entreprise actuelle ou ailleurs. Même si nous investissons beaucoup dans la formation et dans la culture d'entreprise chez BNP Paribas, nous savons que certains de nos talents pourront avoir la tentation de nous quitter pour profiter d'une opportunité externe. Nous avons appris à accepter cela et, dès lors, à ne plus considérer forcément une démission comme une trahison. Tout dépend de la façon dont le départ se passe. Si bien qu'il nous arrive aujourd'hui de réembaucher des gens qui sont partis.

Par ailleurs, certains candidats ont parfois une idée caricaturale des grands groupes selon laquelle la contrepartie de leur force serait une certaine lourdeur et une absence de marge de manœuvre pour les collaborateurs. Je pense que ce n'est pas le cas et qu'il existe de véritables espaces de liberté au sein desquels il est tout à fait possible de s'exprimer. L'essentiel est de les détecter et de les utiliser à bon escient. Nous encourageons vivement nos salariés, de tous âges, à prendre des initiatives jusqu'à devenir des *intrapreneurs* (des entrepreneurs dans l'entreprise). La contrepartie, positive, de cette liberté, est la montée de la responsabilisation, ce qui est plus exigeant que la simple exécution.

2. Le groupe met-il en place des dispositifs de détection des jeunes talents ?

De multiples programmes, de différents niveaux, sont mis en place pour identifier et accompagner nos jeunes talents. Nous les aidons à se faire connaître en interne en leur confiant des missions pour lesquelles nous les accompagnons. Cela leur apporte une vraie visibilité auprès de supérieurs hiérarchiques, parfois même devant les comités exécutifs de leur entité. Une fois encore, la symétrie de cet accompagnement est que nous élevons notre niveau d'attente vis-à-vis de ces collaborateurs à fort potentiel. Nous leur demandons de faire part de détermination et d'engagement. Confrontés à ce niveau d'exigence, certains collaborateurs, identifiés comme étant particulièrement prometteurs, ne souhaitent finalement pas bénéficier de tels programmes. Cela fait partie du jeu et de la transparence à avoir dans le management.

3. De nombreuses associations féminines se sont créées au cours des dernières années. Recommanderiez-vous à des jeunes professionnelles d'y adhérer ?

Ces associations seront nécessaires tant qu'un équilibre entre hommes et femmes ne sera pas atteint dans le monde professionnel. Elles peuvent permettre à une jeune professionnelle de rencontrer des femmes ayant un certain parcours et de recueillir leurs témoignages, tant en termes de réussites que d'échecs. Elles véhiculent un message positif : si les plafonds de verre existent, ils restent franchissables ! La détermination, la confiance et l'audace sont les perches indispensables à ce franchissement.

Partie 1

S'INITIER AU RÉSEAUTAGE

Que l'on soit jeune professionnel ou expérimenté, le réseautage ne revient pas à accumuler les contacts. Avant de cerner son fonctionnement, il importe de comprendre son intérêt.

Objectifs

- √ Comprendre la philosophie du réseautage.
- √ Déterminer ses différentes finalités.
- √ Montrer qu'il est primordial pour les étudiants et jeunes professionnels.

Fiche 1

DÉMYSTIFIER LE RÉSEAU

Le réseautage n'est pas réservé aux personnes expérimentées. Il peut apporter une aide très concrète aux étudiants et aux jeunes professionnels.

En créant des liens et en les faisant vivre, le réseautage revient à se rendre utile aux autres en espérant un retour. On parle souvent de renvois d'ascenseur. Cela n'a rien de magique : la construction d'un réseau demande avant tout du travail et de la méthode (voir section « Cerner le fonctionnement du réseau », à partir de la page 19).



À noter

Vous entendrez souvent parler de *networking*. Dans le monde francophone, on utilise le terme « réseautage » qui figure dans le dictionnaire. Même si vous ne le trouvez pas très joli, vous vous y habituerez vite. En tout cas, c'est celui qui sera utilisé tout au long de ce livre.

Les contacts constituent le carburant du réseautage. Ne craignez pas pour autant d'en manquer : tout le monde dispose d'un réseau (voir la fiche 8 « Combattre les idées reçues »). Sachez ensuite qu'il vaut mieux privilégier leur qualité à la quantité. Le réseautage ne revient donc pas à les multiplier frénétiquement sur les réseaux sociaux. Si ceux-ci sont devenus très importants et pratiques (voir la partie 2 « Profiter des réseaux sociaux »), ils ne représentent qu'un outil au service du réseautage. Celui-ci repose avant tout sur des rencontres réelles.

Ces contacts pourront vous être utiles de bien des manières.

Des finalités multiples

Le réseautage permet principalement :

- d'être recruté ou de progresser en interne (voir la fiche 2 « Progresser dans sa carrière »).

- de développer votre clientèle (voir la fiche 3 « Conquérir des clients »).
- Il peut également vous aider dans la vie de tous les jours, par exemple à :
- résoudre un petit problème ;
 - Exemple : Vous êtes responsable communication d'une PME et vous n'arrivez pas à
 - un résoudre un problème technique sur un logiciel dont vous êtes le seul utilisateur
 - en interne. Un coup de fil à un camarade de promotion pourrait vous retirer cette
 - épine du pied. À charge de revanche !
 - demander un avis ;
 - Exemple : Vous envisagez de vous reconverter dans un secteur qui vous fait rêver et
 - vous souhaitez confronter votre vision avec celle du terrain. Votre réseau peut vous
 - aider à concrétiser votre projet en vous mettant en relation avec des professionnels
 - en poste.
 - améliorer votre culture générale professionnelle.
 - Exemple : Contrôleur de gestion, vous ne connaissez presque rien aux métiers de la
 - distribution. Cette conversation anodine avec un professionnel de ce domaine vous
 - sera peut-être très utile un jour, par exemple si vous postulez dans une entreprise
 - de ce secteur. Vous pourriez même le recontacter afin de vous aider à préparer
 - votre entretien.

Utile dans tous les secteurs

Vous risquez fort d'entendre dire : « C'est un tout petit monde » et « Tout le monde se connaît dans le métier ». Cette réflexion est en fait valable pour tous les secteurs. Que vous travailliez dans l'informatique, la mode, l'agroalimentaire ou la fonction publique, vous vous rendrez vite compte que le réseau est important et que les spécialistes se connaissent entre eux, soit qu'ils aient travaillé ensemble ou qu'ils disposent de relations communes.

Une part d'incertitude

Soyez prêt à rendre service sans attendre de retour immédiat. Tous vos contacts ne sont pas en mesure de vous aider de la même manière. Évitez de tenir une comptabilité en pensant « qu'un service vaut un service ». Ce n'est pas la bonne méthode. Impossible en effet de savoir qui pourra vous être utile. Des personnes à qui vous aurez rendu un petit service pourront vous en rendre un gros et vice-versa. Ne négligez pas non plus l'intérêt que pourrait avoir une personne expérimentée à réseauter avec vous (voir encadré page suivante).



Le bon réflexe

Réseauter avec tout le monde en ne négligeant aucun maillon de la chaîne, qu'il s'agisse des fonctions support à votre activité ou des services généraux par exemple. Vous trouverez une oreille d'autant plus attentive quand vous aurez besoin d'être dépanné.

Sachez enfin que vos efforts de réseautage produiront souvent leurs effets à long terme. Aussi vous faudra-t-il faire preuve de constance dans vos efforts. Ils seront récompensés au moment où vous ne vous y attendez pas.

Pourquoi les personnes expérimentées ont besoin des jeunes

Parce que vous avez un avenir, vous avez une valeur pour les personnes plus âgées, même si celles-ci ne s'en rendent pas toujours compte. Il existe plusieurs raisons à cela :

- On vieillit avec son réseau : des personnes expérimentées vont donc avoir besoin de renouveler leur carnet d'adresses pour connaître les décideurs de demain : vous. Au bout d'un certain temps, les rapports de force entre anciennes et nouvelles générations ont parfois tendance à s'inverser.
- Vous pouvez être mieux formé sur de nouvelles problématiques. C'est l'occasion pour des personnes expérimentées de connaître de nouvelles tendances (voir l'exemple sur le *reverse mentoring* dans la fiche 35 « Réseauter en interne »).

Sachez enfin que l'on peut éprouver une réelle satisfaction à aider des jeunes professionnels, satisfaction que vous pourrez vous-même ressentir à votre niveau en aidant de plus jeunes camarades au sein de votre école.