

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.

www.editions-eyrolles.com
Groupe Eyrolles | Diffusion Geodif

**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 reconverter	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.