

Quand la e-réputation impacte l'employabilité des candidats

Les photos des vacances, des avis envolés sur le dernier candidat à la présidentielle, les diatribes révoltées sur les réseaux sociaux quand le train est en retard, une autre photo de soirée, une vidéo sur Youtube montrant un élève agressif avec son professeur...

On sait tous la quantité d'informations plus ou moins pertinentes et plus ou moins maîtrisées, que nous publions sur les réseaux sociaux. Une mine de bonne et mauvaise image scrutée par les recruteurs. Une enquête menée par YouGov, révèle que 19 % des recruteurs ont refusé un candidat après une recherche Internet à son sujet ! Alors comment travailler son e-réputation candidat ?

Internet est le vivier candidat des recruteurs

N'en déplaise à certains, oui, Internet est devenu au fil des années LE vivier de candidats en sourçant des centaines de millions de talents sans limite. Contrairement à des jobboards et des CVthèques, les données publiques disponibles sur Internet permettent aux recruteurs d'accéder à des profils mis à jour en temps réel sans que l'internaute puisse faire le tri, comme il le ferait sur son CV. On parle ici des traces laissées par les internautes sur des blogs, forum, hackathon, tutoriels, réseaux sociaux, Plus de 40 sources sont aujourd'hui identifiées pour regrouper de la donnée publique à caractère « professionnel ».

Et avant même d'analyser un CV, la plupart des recruteurs « googlisent » le prénom et le nom des candidats, histoire d'en savoir un peu plus. Pourquoi ? Parce que le CV va lister les expériences d'un candidat alors qu'une recherche sur internet va présenter et démontrer ses expériences.

L'intérêt d'accéder aux données publiques d'un candidat est donc double pour un recruteur : disposer de l'ensemble des données sans tri sélectif opéré au préalable par le candidat et accéder directement aux profils pénuriques tant recherchés et invisibles des plateformes de recrutement.

Côté candidat, lorsque l'on sait que les traces laissées sur Internet sont une mine d'or pour un recruteur, comment faire en sorte d'être plus visible et veiller à son employabilité sans ombre au tableau ? Comment gérer son e-reputation pour avoir une belle carte de visite professionnelle ? En développant son Personal Branding !

Le Personal Branding ou e-réputation candidat est un processus qui permet de construire sa marque personnelle en assemblant un travail d'introspection à des outils marketing. Pour construire sa marque personnelle, il est essentiel de se concentrer sur trois axes fondateurs, les 3C : Cohérence - Clarté - Constance.

Voici nos conseils pour travailler efficacement son e-réputation candidat :

Être présent sur le web

Avant tout chose, vous devez avoir un profil public sur internet. Bien renseigné (nom, prénom, photo, parcours scolaire et professionnel). Il dope votre visibilité sur les moteurs de recherche. À l'inverse, ne pas publier c'est laisser un homonyme, ou toute autre personne, le faire à votre place. Si c'est un

contenu négatif, sa visibilité sera d'autant plus grande.

Comment s'exprime le candidat sur les réseaux sociaux ? Quel langage utilise-t-il ? Cherche-t-il à démontrer son expertise, à défendre ses opinions ou encore à aider les autres internautes ? Sa présence en ligne est forcément révélatrice de sa personnalité. D'autre part, le profil d'un candidat sur les réseaux sociaux en dira forcément beaucoup au recruteur sur son comportement présent et futur en entreprise !

Aussi, les recruteurs se méfient des profils discrets. Ont-ils quelque chose à cacher ? Pire encore dans votre processus d'e-reputation, la plupart du temps ils ne vous voient même pas.

Être un acteur du web

Pour être un acteur du web, vous devez apporter votre expertise dans une ou plusieurs communautés, que ce soit sur les réseaux sociaux, sur un forum ou à travers un blog. Ces contributions vous feront gagner en visibilité et surtout en crédibilité.

Un point important : pour y parvenir assurez-vous de toucher la bonne cible en vous adressant directement aux professionnels de votre domaine d'activités. Prenons par exemple le cas du développeur web qui partage ses lignes de code sur GitHub.

Utiliser les mots-clés

Sur le web, le plus important, c'est le référencement : choisissez les mots-clés pertinents pour votre profil. Pour être visible par les recruteurs, utilisez les mêmes mots clés qu'eux. Ils vous servent aussi à mettre en avant efficacement vos compétences et vos perspectives d'évolution.

Les mots-clés choisis vous permettent d'être visible auprès de la bonne cible. Un exemple, pour l'ingénieur commercial : "ingénieur commercial, pharmaceutique, Bordeaux, stratégie commerciale". Il y a tout : poste ; spécialisation ; localisation ; mission.

Créer ses contenus

Google référence prioritairement les sites actualisés régulièrement et les sites qui utilisent les mots-clés dans leur URL. Pour en profiter, deux solutions s'offrent à vous : le blogging et le micro-blogging.

Vous pouvez créer votre propre blog sur la thématique du domaine dans lequel vous êtes expert. Choisissez les sujets d'actualités et publiez régulièrement, au moins une fois par semaine, pour mettre en lumière vos connaissances. L'inconvénient ? Il vous faut beaucoup de temps.

Le micro-blogging est un dérivé du blog qui permet de partager des messages en format court. Créez votre compte Twitter (avec votre nom et prénom, pour l'url) et utilisez les bons hashtags (« mots-clés ») pour vous adresser à votre communauté en partageant quotidiennement des actualités.

Protéger son e-reputation

Développer votre e-reputation, c'est aussi la protéger. Avant chaque publication (que ce soit un texte, une photo ou une vidéo), prenez le temps de la réflexion : y-a-t-il un message (même caché) qui pourrait nuire à votre image ? Sur un réseau social comme Twitter par exemple, tout va très vite et revenir en arrière est impossible.

Modérez vos propos : exprimer votre opinion sur un sujet sensible peut vous jouer des tours et vous

faire perdre en crédibilité dans votre communauté. Internet a une mémoire d'éléphant, il est très difficile (pour ne pas dire impossible) d'effacer complètement ses traces !

Avoir une bonne e-reputation n'est pas le fruit d'un travail ponctuel, c'est un travail de longue haleine. Vous devez répéter régulièrement ces actions pour conserver votre bonne carte de visite professionnelle en ligne. Produisez un contenu percutant, cohérent et intéressant. Et surtout, restez honnête. L'enjeu est crucial dans le cadre d'un entretien d'embauche.