

Le marketing de soi

Adopter une vision marketing de vous-même peut vous aider à développer une stratégie pour faciliter votre insertion sur le marché du travail et pour donner une direction à votre carrière. Vous pouvez comparer cela à l'élaboration d'un modèle d'affaires, un outil qu'utilisent les entreprises lorsqu'elles sont en démarrage ou en repositionnement. Ainsi, de la même manière qu'une entreprise, vous pourriez définir un plan d'affaires pour mettre en marché un produit (vous) et conclure une vente (obtenir un emploi). Voici les étapes à suivre pour bâtir votre modèles d'affaires personnel tout au long de vos études.

1. Le produit

La première étape consiste à analyser de manière approfondie votre produit, c'est-à-dire vous. Vous constaterez qu'il est beaucoup plus facile de vendre quelque chose que l'on connaît bien. Mieux vous vous connaîtrez, plus vous serez en mesure de choisir une entreprise cohérente avec vos valeurs et un poste qui maximise votre potentiel.

Vous devez aussi vous questionner sur votre proposition de valeur ou votre offre de service, i.e. vos connaissances, vos compétences, vos caractéristiques personnelles, etc. En somme, tout ce que vous êtes et qui vous rend unique.

Enfin, vous pourriez voir vos années d'université comme le processus de production et de finition de votre produit. Chaque action posée (choix de cours, stage, expérience pertinente, implication) contribuera à vous distinguer. Pendant votre parcours universitaire, vous avez de multiples occasions de vous développer, d'apprendre à mieux vous connaître et de travailler sur votre offre de service. Saisissez les occasions qui s'offrent à vous!

2. Le marché

Ensuite, il vous faut cibler votre marché, ce qui vous amènera à déterminer qui sont vos clients potentiels. Autrement dit, quelles entreprises pourraient avoir besoin de vos services et, parmi celles-ci, lesquelles vous intéressent particulièrement.

Pour en apprendre davantage sur votre marché et débiter votre réflexion, consultez nos portraits du marché du travail et notre banque d'employeurs.

3. La promotion

Pour faire votre promotion, i.e. offrir vos services aux entreprises, vous devrez développer des outils de communication (CV, lettre, carte professionnelle, profil LinkedIn, etc.). Ces outils, c'est étiquette de votre

produit; l'emballage, c'est votre image.

Prenez rendez-vous avec votre conseiller en emploi pour faire réviser ou pour optimiser vos outils promotionnels.

4. La distribution du produit

Une fois vos clients potentiels identifiés et vos outils promotionnels réalisés, vous devrez mettre en place une stratégie pour vous faire connaître et offrir vos services aux entreprises qui vous intéressent. Comment vos clients potentiels sauront-ils que vous existez et que vous êtes disponible pour un stage ou un emploi? De quelle manière communiquerez-vous avec eux?

Pour connaître les stratégies gagnantes pour vous faire connaître, prenez rendez-vous avec votre conseiller en emploi et assistez aux formations du Service de développement professionnel.

Comme les carrières linéaires ne sont plus la norme, vous occuperez probablement plusieurs emplois. Vous serez constamment amené à vous redéfinir et à suivre le mouvement. Il est donc important de penser votre carrière comme un projet qui se construit tout au long de la vie. En ce sens, une approche marketing avec le modèle d'affaires pourra vous aider à chaque étape de votre carrière.