

Les mots travaillent pour vous!

Par Accountemps

Croire que le sens des mots n'a pas d'importance, c'est rater une occasion de se mettre en valeur et de se donner une image de marque dans le monde des affaires. Les mots sont des outils puissants – ce sont les ingrédients clés de la recette secrète qui fera de vous quelqu'un d'unique et qui convaincra les autres d'investir en vous.

Ne pas choisir stratégiquement les mots utilisés dans tous ses écrits, du curriculum vitae jusqu'au profil LinkedIn, c'est risquer de passer inaperçu ou d'être rejeté par des employeurs éventuels, des contacts d'affaires importants et même des collègues. Alors, dépoussiérez le dictionnaire et suivez ces conseils afin d'utiliser les mots qui rehausseront votre image de marque et feront briller votre « côté professionnel » :

1^{er} conseil : Utilisez des verbes forts qui impressionnent. Autoriser. Améliorer. Diriger. Surperformer. Augmenter. Transformer. Ce sont des verbes qui éveillent l'attention, qui montrent que vous assumez des responsabilités. Ils expriment des réalisations positives. Ils révèlent une aptitude au leadership. Si des mots de ce genre s'appliquent à votre expérience professionnelle, utilisez-les à votre avantage.

2^e conseil : Ajoutez des noms. Il est vrai que les verbes sont essentiels pour traduire votre expérience et souligner vos réalisations, surtout si vous êtes à la recherche d'un emploi. Cependant, les noms ont aussi un pouvoir qui leur est propre. D'ailleurs, bon nombre de directeurs de l'embauche – qui se servent d'une application logicielle pour écumer les curriculum vitae – affinent leurs recherches avec des termes qui expriment des aptitudes, des diplômes et des accréditations, plutôt qu'avec des termes généraux comme « gestion » ou « contribution ».

C'est valable également pour la création d'un profil de réseautage professionnel en ligne : les noms doivent occuper une place de choix. Après tout, vos contacts potentiels seront plus enclins à vouloir vous connaître si vous avez fréquenté la même université qu'eux, si vous avez travaillé pour le même employeur qu'eux ou si vous avez des talents en commun – et non pas parce que vous avez « réglé » ou « démontré » quelque chose.

3^e conseil : Évitez les adjectifs et les adverbes. Renoncez à recourir à toutes sortes de qualificatifs pour augmenter la puissance du texte. On pourrait croire que cette pratique attire davantage l'attention, mais en fait, l'impression laissée risque d'être mauvaise. Affirmer son « aptitude à traiter la paie d'une petite organisation », c'est énoncer un fait. Lorsqu'on ajoute que l'on peut traiter cette paie « efficacement », le doute s'installe, comme si on s'efforçait de se convaincre soi-même en même temps que les autres.

Disons que la règle générale, c'est d'éviter de donner plus que ce que le client demande. Les mots comme « très » et « extrêmement » ne font qu'occuper de l'espace et n'ajoutent pas à la qualité du contenu. Efforcez-vous de mentionner plus de faits concrets. Aux yeux d'un employeur potentiel, une « vaste expérience » ne veut pas dire grand-chose, alors qu'une carrière de 10 ans comme professionnel de la paie est significative.

Dernier conseil : Évitez le jargon inutile : ne dites pas que vous avez « socialisé » l'information pour les intervenants clés si vous vous êtes contenté de leur transmettre en vue d'éventuelles discussions. Ou encore, évitez « sortir des sentiers battus » et préférez « trouver des solutions créatives ».

Lorsqu'il s'agit de décrire votre « côté professionnel », visez la clarté et faites travailler les bons mots.

Accountemps est le premier et le plus important service de recrutement de travailleurs temporaires spécialisé dans le placement de professionnels de la comptabilité, de la finance et de la tenue de livre au monde. La société possède plus de 350 bureaux dans le monde entier et elle offre des services de recherche d'emploi en ligne à www.accountemps.com.

