

# CADRER, CIBLER ET ARGUMENTER SON PROJET PROFESSIONNEL

Vos étudiants ont choisi leur voie...enfin...soyons lucides...plus ou moins. En effet si certains ont choisi leur école supérieure ou université avec une idée bien définie du métier et de l'environnement au sein duquel il souhaite le pratiquer, d'autres ont choisi leur cursus en se basant surtout sur les matières dispensées qui semblaient correspondre à leurs appétences, sans plus d'idées ou convictions.

Quoiqu'il en soit le processus est engagé ; aussi, quel que soit leur degré de vision et de motivation à cet instant T, ils vont devoir se préparer et assurer la suite du voyage. Autant faire en sorte qu'il leur soit agréable et pertinent.

## Ma mission

- ↗ Accompagner les étudiants dans la définition précise de leur projet professionnel (type d'entreprise, secteur, environnement, contexte...), en s'appliquant à respecter au mieux leurs attentes et celles de l'entreprise cible.
- ↗ Leur apprendre à motiver leur choix de projet, à mettre en avant leurs atouts et qualités voire la plus-value d'une expérience spécifique, en utilisant des termes précis et en construisant une argumentation structurée agrémentée d'exemples concrets.
- ↗ Les aider à repérer quelles seront les étapes nécessaires (diplôme complémentaire, stage ciblé...) pour atteindre leur objectif. Les inviter à les inscrire dans une échelle de temps.

**Un étudiant convaincu par son projet et pertinent dans sa manière de le présenter, sera perçu tel un futur professionnel convainquant... à ne pas laisser passer.**

## Les objectifs principaux

Il s'agit de transmettre aux étudiants une méthodologie sur laquelle ils pourront s'appuyer tout au long de leur évolution professionnelle, plus précisément, les accompagner pour qu'il sache :

- ↗ Mettre en correspondance leur potentiel, compétences, atouts et axes de progression avec les exigences du poste visé au sein de l'entreprise cible ;
- ↗ Développer leur capacité explorative, leur curiosité afin qu'ils gardent le réflexe de mettre régulièrement à jour leurs connaissances à jour vis-à-vis de l'évolution de leur métier et du marché ;
- ↗ Être créatif et proactif dans le développement de leur réseau professionnel.
- ↗ Développer leur capacité de synthèse et de communication.
- ↗ Enrichir leur esprit critique, exprimer clairement leurs réflexions en se basant sur des arguments factuels.
- ↗ Développer leur aisance à l'oral devant une assemblée, seul ou en équipe.

## Les objectifs secondaires

- ↗ Comprendre les rouages et atouts de la cohésion et du travail collaboratif.
- ↗ Gagner en confiance.

## Les grandes lignes de l'accompagnement formatif - Pas à pas, étape par étape :



Je pose le cadre au sein duquel nous faisons connaissance et tissons la confiance ; celle-ci s'étoffe au fur et à mesure de nos rencontres. Avec méthode et outils à l'appui, voici les principales étapes :

1. Apprendre aux étudiants à repérer leur potentiel, leurs goûts, atouts, axes de progression, connaissances et compétences issues de leur éducation, leurs expériences extra-scolaires (sport, culture, voyage...), professionnelles.  
**Objectifs** : permettre aux étudiants, durant l'étape 2 qui suit, d'orienter leurs choix en effectuant des correspondances entre les attentes des entreprises et du métier qu'ils ont choisi et leurs attentes personnelles.
2. Effectuer des recherches d'informations relatives au marché et aux entreprises.  
**Objectifs** : découvrir le marché et les entreprises, être à l'affût de leurs évolutions. Comprendre que cette capacité facilitera leur adaptation
3. Créer une enquête métier.
4. Démarcher les entreprises sous forme d'enquêtes métier.  
**Objectifs** : découvrir la pratique d'un même métier au sein de différents environnements et contextes, confronter la théorie au terrain et ainsi continuer à développer leurs connaissances du marché et des entreprises ainsi que leur réseau professionnel.
5. Exposer à l'oral, en équipe, la synthèse de leurs recherches et les retours de leurs rencontres.  
**Objectifs** : Partager le bénéfice de leurs recherches, rencontres et réflexions avec l'ensemble de la promotion. Comprendre les atouts de la collaboration. Développer leur aisance oratoire et leur confiance.
6. Exposer à l'oral, individuellement, leur projet professionnel.  
**Objectifs** : confronter leur projet, se soumettre aux critiques constructives et aux interrogations de l'ensemble de la promotion et de moi-même. Cet exercice leur permettra notamment de progresser en termes d'aisance à l'orale, notamment en termes de capacité argumentaire, posture, prise de recul.

Le travail en mode collaboratif facilite la cohésion, les compétences collectives.

### Défi :

Les défis positifs stimulent ; surtout si les bénéfiques sont à la fois individuels et collectifs (ex : constituer un fichier « réseau professionnel »).

Points bonus attribués aux équipes qui auront pu obtenir une ou plusieurs visites d'entreprise pour l'équipe voire pour l'ensemble de la promotion.

## **Evaluer les acquis :**

Plusieurs formats possibles :

- 1- En équipe, les étudiants effectuent une synthèse retour relative à leurs rencontres avec les professionnels.

Format : Exposé devant leurs camarades, avec Power Point à l'appui.

Les éléments obligatoires sont les connaissances acquises sur les entreprises, les caractéristiques du métier au sein de celle-ci ainsi que les éléments relatifs au parcours du professionnel rencontré.

- 2- En individuel, l'étudiant décrit son projet professionnel.

Format : Exposé devant ses camarades, sans aucun support numérique ou manuscrit.

Les éléments obligatoires sont, la synthèse du parcours, le choix professionnel (type d'entreprise et poste, secteur) et les motivations relatives à ce choix, atouts et axes de progressions en lien avec le projet, étapes nécessaires pour atteindre l'objectif.

Chaque exposé est chronométré et comprend un temps de questions émises par l'ensemble de la promotion et moi-même.

Outre le contenu, seront évalués :

- ↪ La capacité à se répartir la parole de manière fluide et logique ainsi que la cohésion (en collectif)
- ↪ Le verbal : termes employés, logique et pertinence argumentaire, développement.
- ↪ Le paraverbal : intonation, débit, articulation...
- ↪ Le non verbal : posture, positionnement dans l'espace, regard, expression corporelle et du visage.

## **Prérequis conseillés**

Connaître les fondamentaux de la communication

## **Les effectifs**

Entre 10 et 30 ; selon le nombre d'étudiants par promotion, il sera parfois nécessaire d'envisager des sous-groupes.

## **Durée**

A déterminer en fonction du nombre d'étudiants ainsi que de leur connaissance initiale des fondamentaux de la communication.

**Coût horaire 75 €/heure**

N'hésitez pas à me contacter afin que nous puissions étudier ensemble la manière dont nous pourrions collaborer.

Après un premier rendez-vous gratuit au cours duquel nous échangerons sur vos attentes, objectifs et contexte, je vous proposerai un devis correspondant.

***Je m'adapte à vos besoins et vos projets.***

Au plaisir de vous rencontrer !



***Sylvaine Gautier***  
**06.43.38.00.05**