



Trace



VOTRE **Z**
e-réputation



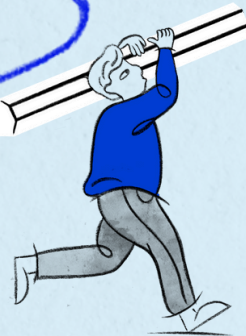
Un levier **d'employabilité**
étudiant pour se démarquer



Guide pratique
VIE AMÉLIE

Édito

Saisissez
votre crayon



LA GEN Z BOUSCULE LE MONDE PRO

Nous, la Génération Z, née entre 1997 et 2012, redéfinissons les règles du monde du travail.

En 2025, nous représentons **27 % de la main-d'œuvre mondiale** et près de **50 % des effectifs en entreprise en France**. Digital natives, nous revendiquons **flexibilité, équilibre de vie et quête de sens**. En France, **66 % des candidats ont moins de 25 ans**. Refusant les modèles traditionnels, nous imposons une nouvelle vision du travail : **hyperconnectée, engagée et alignée avec nos valeurs**.

JEUNES EN GALÈRE D'EMPLOI DANS UN MARCHÉ DU TRAVAIL SOUS TENSION

Malgré notre dynamisme et nos qualifications, **nous peinons à trouver notre place sur le marché du travail**.

La précarité marque nos débuts de carrière : plus de **22 % d'entre nous travaillons en CDD ou en intérim sortis de formation initiale** et **1 jeune sur 3** n'obtient pas d'emploi stable dans les deux ans suivant la fin de ses études. Sans diplôme, nous sommes encore plus touchés : **51 % d'entre nous occupent un emploi précaire, contre 23 % des diplômés du supérieur**.

Ces emplois précaires fragilisent nos parcours professionnels et soulignent le décalage entre les formations et les besoins des entreprises et rendent plus incertain notre accès à un emploi de qualité.

LINKEDIN, UN ATOUT IGNORÉ PAR LA GEN Z ?

À l'ère du tout-numérique, l'image en ligne est devenue clé dans le recrutement. Aujourd'hui, **73 % des entreprises utilisent les réseaux sociaux pour sourcer des candidats**, et **94 % des recruteurs publient leurs offres sur LinkedIn**, dont plus de la moitié pour contacter directement des profils.

Pourtant, nous, **la Génération Z**, bien que nous sommes hyperconnectés, nous maîtrisons encore mal les codes de **l'e-réputation professionnelle**. Ce manque de connaissance **freine notre visibilité et nos opportunités**, malgré nos profils prometteurs.

Un levier puissant reste ainsi sous-exploité, alors qu'il pourrait représenter un véritable atout pour nous, étudiants et jeunes diplômés, dans notre insertion professionnelle.

Dans ce guide pratique, *Trait par trait*, nous verrons comment les outils numériques, LinkedIn en particulier, renforcent l'employabilité des étudiants et jeunes actifs.

Prêts à tracer les premiers traits ?

1

INTRODUCTION

Hier vs Aujourd'hui : deux jeunesses, deux réalités

2

ALORS, PAR OÙ COMMENCER ?

Problématique
Hier vs Aujourd'hui : quand le digital redéfinit l'employabilité

3

TRACEZ VOS PREMIERS TRAITS

Et si nous, **la génération Z**, redessinons le travail à notre image ?

4

AFFÛTEZ VOTRE CRAYON

Faites de **votre employabilité** le moteur de votre démarche créative

5

CRÉER VOTRE DESSIN AVEC MAÎTRISE

Votre e-réputation est votre nouveau CV...

6

DÉCOUVREZ UN NOUVEL OUTIL

La révolution LinkedIn

7

LA RÉDACTRICE

Biographie et remerciements



Chaque illustration est une création maison

Introduction

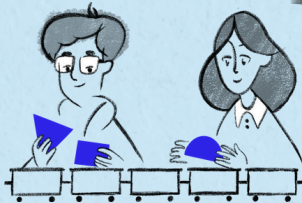
Baby Boomers
1946-1964

Génération X
1965-1980

Millennials
1981-1996

Avant que nous, **la génération Z**, ne venions réinventer la toile du monde professionnel, celui-ci ressemblait à une composition structurée, presque géométrique, héritée de la **révolution industrielle**.

1970 VOUS INTÉGREZ UN MODÈLE DE TRAVAIL HÉRITÉ DU PASSÉ

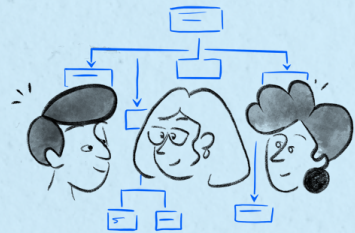


Ce modèle fonctionnait comme une chaîne de **montage mentale** :

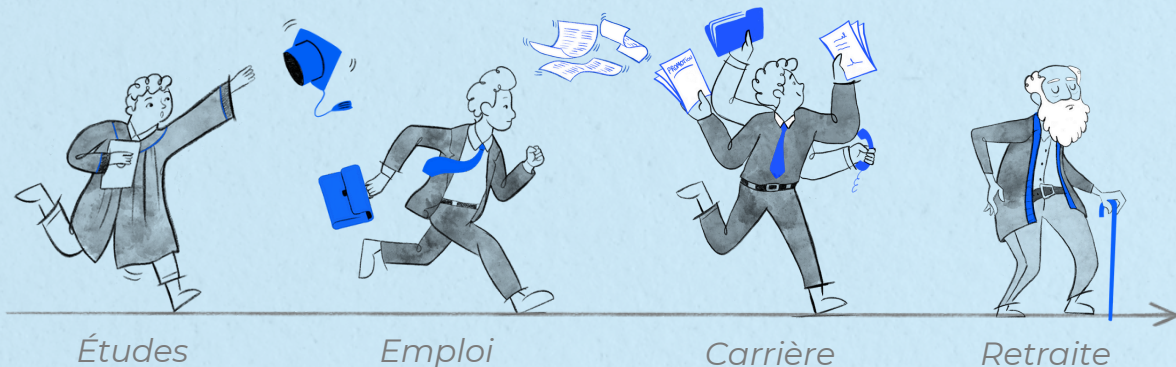
- chacun à sa place,
- chaque tâche à son moment,
- chaque ambition canalisée dans un cadre rigide.

Le travail suivait un **canevas bien défini** : horaires fixes, hiérarchie verticale, loyauté à long terme, productivité mesurée en heures.

Il était perçu comme un **devoir**, un **engagement durable**, une **source de stabilité**.



L'**ascension professionnelle** suivait un parcours linéaire et prévisible avec des repères clairs et peu de place pour les coups de pinceau hors du cadre :



La réussite se mesurait **en statut, ancienneté, sécurité de l'emploi**. Le **CDI faisait figure de Graal**, et l'entreprise, **d'ancrage durable**. L'idée d'épanouissement personnel était souvent reléguée à plus tard. On parlait peu de sens, encore moins de souplesse ou de liberté.



1970, Jean, 23 ans

Il termine son DUT en mécanique.
Il trouve un emploi en quelques semaines.
Pas de CV retravaillé dix fois. Pas d'entretien en anglais.
Une simple recommandation suffit.
Formé sur place, CDI, progression en interne.
Il achètera une maison. Il partira à la retraite à 60 ans.

Pendant les Trente Glorieuses (1945-1975), le **marché de l'emploi** était un terrain fertile : croissance forte, industries florissantes, peu de chômage chez les jeunes (**environ 5 % en 1975 pour les 15-24 ans**).

Avoir un **diplôme** ou **juste de la motivation** suffisait pour décrocher un **emploi stable**. Les entreprises formaient **en interne**, les carrières se construisaient **sur le long terme**. Le travail était **abondant, prévisible, accessible**.

HIER VS AUJOURD'HUI : DEUX JEUNESSES, DEUX RÉALITÉS

Génération Z

1997-2012

Mais ce modèle, longtemps solide et bien huilé, a commencé à se fissurer : Trop rigide, peu humain, peu flexible, il ne parvient plus à contenir les nouvelles nuances que nous, la Gen Z, apportons.

2025 VOUS **ENTREZ** DANS UN MONDE DU TRAVAIL EN PLEINE MUTATION



Une nouvelle génération, une nouvelle toile à peindre

Aujourd'hui, alors que ma génération Z fait peu à peu son entrée sur le marché du travail, c'est tout un paysage qui se redessine.

Ce n'est pas une **simple retouche** :
c'est un bouleversement profond des repères traditionnels.

Depuis l'enfance, on nous a promis un **parcours linéaire, presque rassurant** :

« Fais des études, décroche un CDI bien payé, achète une maison, fonde une famille, reste fidèle à ton entreprise pour gravir les échelons, et prends ta retraite paisiblement : le schéma de vie classique tant vanté. »

Une promesse transmise avec sincérité par nos parents.

Mais ce modèle, autrefois perçu comme **stable et motivant**, a pourtant **perdu de sa crédibilité**.



Aujourd'hui, pour nous, étudiants et jeunes diplômés, le tableau a bien changé.



2025, Antoine, 23 ans

Licence, stages, projet associatif, anglais courant.
Candidatures personnalisées sans réponse.
Cinq ans d'expérience demandés pour un poste junior.
CDD, stages sous-payés, freelancing.
On parle de "passion", mais pas de salaire.
Et surtout : **aucune garantie de stabilité.**

Nous évoluons dans un monde où les diplômes se multiplient tandis que **les opportunités se raréfient**, où l'on **exige de l'expérience à ceux qui n'ont jamais eu leur chance**, où **les stages non rémunérés** et **les contrats précaires** deviennent la norme, et où **la concurrence** est désormais mondiale.



En France en 2025, le taux de chômage des jeunes âgés de 15 à 24 ans s'établit à **19,2 %** et plus de la moitié d'entre nous occupaient un **emploi précaire** en 2019, **contre moins de 20% dans les années 1980.**

Source : 16 mai 2025 - Insee et 16 juillet 2024 - Le journal le monde

Résultat : on galère.

Pas par paresse, ni par manque d'ambition.

Mais parce que les règles du jeu ont changé, alors que le système, lui, tarde à s'adapter.

Alors pour s'en sortir aujourd'hui, il faut apprendre à se rendre visible autrement et le faire dès maintenant.

Alors, par où commencer ?

Dans ce paysage en perpétuelle évolution, **votre e-réputation**, véritable autoportrait numérique, reflète vos compétences, vos valeurs et impacte **votre employabilité**.

Aujourd'hui, se rendre visible n'est plus une option.

C'est une stratégie. Une nécessité. Un levier. Un enjeu majeur pour réussir sa carrière.

Étudiant construisez une *e-réputation* résolument orientée **employabilité**

Choisissez votre parcours

Ce livre blanc est une boîte à outils. Feuillotez, explorez, piochez ce qui vous parle.



Étudiant



Employabilité



e-réputation



LinkedIn



Une approche stratégique et authentique pour valoriser son profil professionnel.

HIER VS AUJOURD'HUI :

QUAND LE DIGITAL REDÉFINIT L'EMPLOYABILITÉ

XIXe – début XXe siècle Ère industrielle

Emploi stable à long terme :

- L'accent est mis sur la force physique
- Mobilité professionnelle faible
- Employabilité est peu discutée
- Compétences techniques = valeur

①

Réputation :

bouche-à-oreille, presse locale

1945 – 1975 Trente Glorieuses

Insertion garantie par l'État :

- Montée du diplôme = fort marqueur d'employabilité
- Emploi à vie dans les grandes entreprises ou la fonction publique

②

Toujours hors ligne

Notoriété = locale et physique

1980- 2000 Crise & flexibilité

Flexibilité :

- Compétences = valeur
- Début formation continue & reconversion

Crise :

- Montée du chômage structurel + précarité de l'emploi
- Naissance de l'employabilité individuelle

Début d'internet :

(Site, Google, forums, blogs)
Surveillance naissante par les entreprises
Image numérique encore marginale

③

2000 - 2015

Numérisation mondialisation

- Soft skills + adaptabilité
- Mobilité + autonomie
- Apprentissage en continu
- Polyvalence valorisée
- Freelancing en croissance

④

Explosion des réseaux sociaux

- *Twitter, Instagram...*
- *Image publique = enjeu clé*

2003 création LinkedIn

E-réputation

L'e-réputation est l'image numérique d'une personne ou d'une organisation véhiculée sur Internet, à travers les réseaux sociaux, moteurs de recherche, avis en ligne, etc.

2015 - Aujourd'hui Ère digitale - Gen z

Multidimensionnalité :

- Adaptation constante
- Soft Skills
- Langues

Montée des compétences numériques :

- Télétravail
- Freelancing

Image pro :

- Réseau
- Branding personnel
- Identité numérique clé
- Apprentissage continu

Indissociable de l'emploi :

- Google = CV
- LinkedIn = Vitrine pro
- SEO, veille, contenus
- Image en ligne = capital pro
- Savoir se rendre visible
- Personal branding attendu

⑤

Gen Z

La génération Z est composée d'étudiants ou de jeunes actifs en début de carrière.
(Stage, alternance, CDD, CDI)

Employabilité

L'employabilité désigne la capacité d'un individu à trouver, conserver ou retrouver un emploi, en fonction de ses compétences, de son adaptabilité et de son adéquation au marché du travail.

Tracez vos premiers traits

Et si nous, la génération Z, REDESSINIONS le travail à notre image ?

POUR NE PLUS SUBIR LE DESSIN, MAIS LE SIGNER

Vous êtes ici pour améliorer votre employabilité en repensant votre e-réputation.

Alors, posez vos crayons un instant. Avant de parler d'employabilité, il faut d'abord : **croquer nos aspirations**, esquisser les contours de **notre rapport au travail**, et révéler les nuances qui colorent **notre vision du monde professionnel**.

Car nous ne voulons plus entrer dans un cadre.

Nous voulons le **bousculer**, le **redessiner**, et le **peindre à notre image**.



ET POURTANT, SUR TIKTOK...

On nous voit **quitter notre poste à la minute près**, poser **un arrêt maladie dès qu'on est fatigués**, ou **démissionner à la moindre remarque**. Et quand on parle de travail, c'est souvent pour **s'en plaindre...** ou **se moquer des générations précédentes**.

Le phénomène prend de l'ampleur.

Les médias s'en emparent, avec toujours la même question :

La Gen Z est-elle devenue paresseuse ?

Juin 2025 - YouTube - BLAST



Quand BFM a posé la question
"La génération Z a-t-elle un problème
avec le travail ?"

63%

Des répondants
ont **dit oui**.
2024 - LinkedIn BFM Business



Il faut dire que, pour beaucoup, nous serions devenus impossibles à manager :

- non professionnels,
- individualistes,
- infidèles.

Certains employeurs vont même jusqu'à dire **qu'ils détestent travailler avec nous**, au point de **ne plus vouloir embaucher de Gen Z**.

+60%

Des employeurs interrogés
disent avoir récemment
licencié un jeune de la Gen Z.

27 septembre 2024 - Magazine Forbes

Des entreprises **s'estiment insatisfaites** de leurs jeunes
recrues.

75%

27 septembre 2024 - Magazine Forbes

Ces données montrent bien le **paradoxe actuel** : alors que nous, **jeunes diplômés**, **peignons à trouver un emploi**, les employeurs, eux, **disent ne plus réussir à recruter**, à **fidéliser leurs salariés**, et ces extrêmes doivent fermer faute de personnel.

Alors que près d'1 jeune sur 5 est au chômage en France.

16 mai 2025 - Insee

l'm fine



Ce constat révèle **un clivage grandissant** : d'un côté, des recruteurs préoccupés face à la performance de notre génération, de l'autre, nous, qui faisons face aux nombreux **obstacles pour accéder à un marché du travail en constante évolution**.



ALORS... OÙ EST LE PROBLÈME ?

Est-ce qu'on ne veut plus travailler... ou est-ce qu'on veut juste travailler autrement ?

Et si ce clash générationnel, plutôt que de détruire le monde du travail, était justement l'occasion de le réinventer ?



La Gen Z sort du cadre...

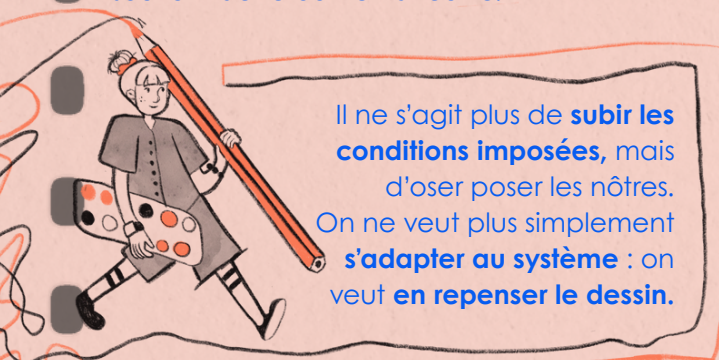
et c'est là que tout commence

Pour comprendre ce basculement, il faut revenir à ce qu'on nous a transmis.

Pendant longtemps, prouver sa motivation signifiait faire des heures supplémentaires, garder le sourire sous pression, s'intégrer à tout prix, et rester fidèle à une entreprise dans l'espoir, un jour, d'obtenir une promotion.



Ces règles tacites du monde du travail, héritées de nos parents, nous les connaissons bien. Mais aujourd'hui, nous, la génération Z, choisissons souvent de retourner la feuille.



Il ne s'agit plus de **subir les conditions imposées**, mais d'oser poser les nôtres. On ne veut plus simplement **s'adapter au système** : on veut **en repenser le dessin**.

Notre génération valorise la flexibilité, le sens au travail et le respect de ses limites. cela peut sembler impertinent aux générations précédentes. Il ne s'agit **pas d'insolence**, plutôt d'un **besoin légitime d'équilibre et de reconnaissance**.

Là où les générations passées allaient dans le sens de l'employeur, nous, on inverse la dynamique : dès l'entretien, **on s'affirme, on questionne, on pose nos conditions**.

Voir l'interview

Créatrice de contenu

Militante du bien être au travail



“Aujourd'hui le rapport de force c'est clairement inversé et nous, on a beaucoup moins peur d'imposer nos conditions. Surtout qu'on sait qu'en général on fera plusieurs boîtes au cours de notre carrière. Et ce n'est pas qu'une question d'argent. Moi, je négocie aussi les conditions de travail, le télétravail, les avantages. Bref le package au global.”

Petit clin d'œil
humoristique de la Gen Z.

Même une fois en poste, nous, la Gen Z, **faisons respecter nos limites** : horaires clairs, pauses respectées, équilibre préservé. **Rester tard n'est plus la norme**. Partir à l'heure, c'est un choix assumé et un droit. (source : welcome to the jungle - TikTok)

Une posture qui, **pour certains employeurs**, ressemble à un **manque d'implication**. Selon Le Monde, elle alimente de plus en plus les tensions entre générations au travail.



1/3 des patrons interrogés pensent que l'arrivée des jeunes salariés dégrade l'organisation du travail.
19 juin 2024 - ipsos.com

Même si notre posture peut surprendre, nous n'avons aucun mal à dire ce que nous pensons, quitte à bousculer la hiérarchie.



Nous, génération Z, ne nous définissons plus par une **loyauté aveugle envers l'entreprise**.

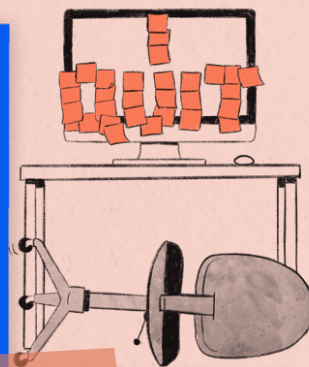
80%

d'entre nous, les 18-28 ans, font de l'équilibre vie pro/perso une **priorité dans nos choix de carrière**.

17 septembre 2024 - Journal Le monde

Quand **le cadre devient toxique**, on part. Pas dans six mois, **mais dès que nos limites sont franchies**. Dire qu'on souffre, ce n'est pas une faille, c'est une force.

Ce choix, qu'on prend souvent pour un **désengagement**, est en réalité une posture claire. On ne fuit pas, **on refuse de s'épuiser pour un poste ou une promesse qui ne nous respecte pas**. Notre exigence, c'est simple : **le respect**.



“Nous ne voulons pas vivre pour le travail mais travailler pour pouvoir vivre.”

Cette vision différente du travail crée des tensions. Certains jeunes critiquent le sacrifice des aînés, certains seniors nous jugent trop fragiles ou paresseux. **Deux mondes qui peinent à se comprendre.**



LA GRANDE Désillusion

ON N'AVAIT PAS SIGNÉ POUR ÇA

Depuis l'enfance, on nous a vendu un parcours tout tracé. Mais cette promesse s'est vite brisée.

"Ils sont nombreux à avoir été frappé par le décalage entre leurs heures supplémentaires, les sacrifices et le manque de reconnaissance des employeurs de leurs parents. Ça ne les fait plus rêver."

[Elodie Gentina - Youtube - 2018](#)

On a vite compris que l'entreprise n'est pas la "famille" idéalisée qu'on nous promettait, un terme aujourd'hui largement rejeté.

Beaucoup d'employeurs enjolivent les promesses d'évolution, et cette désillusion s'est renforcée avec notre propre expérience du monde du travail. Alors qu'on nous avait promis qu'un diplôme suffirait pour décrocher un emploi, beaucoup se retrouvent à galérer, contraints d'accepter des postes sous-qualifiés ou de se réorienter faute d'opportunités réelles. Cette situation, nous sommes nombreux à la vivre.

7 mois, j'ai envoyé plus de 400 candidatures, j'ai environ 10% de retours...

[Elodie - Welcome to the Jungle Media](#)

Autrefois, un bon diplôme ouvrait réellement des portes. Aujourd'hui, avec la massification du nombre de diplômés, il a perdu de sa valeur compétitive.

Et même une fois en poste, la désillusion continue : La promesse d'un CDI bien payé, d'une maison et d'une vie confortable ne tient plus alors que, justement, C'est pourtant ce qu'on attend d'un emploi : pouvoir vivre décemment. Mais ce modèle s'effondre, avec l'inflation et la flambée du coût de la vie.

À tout cela s'ajoute un autre point de rupture : le système des retraites, en crise depuis des années :

plus de 4 jeunes Français sur 10 pensent qu'ils ne toucheront jamais de retraite.

[BFM - 26 avril 2017](#)

Forcément, quand la réalité s'éloigne autant du modèle qu'on nous a vendu, la motivation s'effrite.



Face à ce constat et cet **un avenir incertain**, beaucoup préfèrent vivre maintenant plutôt que d'attendre une hypothétique récompense à 65 ans.

GÉNÉRATION ENTRE DEUX MONDES

Comme l'explique, l'anthropologue **Élisabeth Soulié**, la Gen Z est une génération de transition à cheval entre deux mondes :

On a été élevé avec des schéma de pensée du monde d'avant, or on est déjà dans le monde d'après.

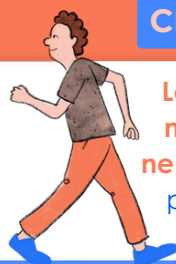
[Élisabeth Soulié - YouTube - 2023](#)



Habitués au changement, nous ne rêvons plus d'une carrière dans une seule entreprise, contrairement aux générations précédentes :

Conscients que le salaire passe par la mobilité, que le bien-être n'est pas une priorité pour l'employeur, et qu'il faut se protéger, nous sommes vus comme volatiles mais ce n'est pas de l'instabilité mais de l'adaptabilité.

CDI : FIN D'UN MYTHE ?



Le CDI, autrefois Graal de la stabilité, ne nous fait plus rêver car le système ne tient plus ses promesses. Beaucoup préfèrent l'intérim, les contrats courts ou l'entrepreneuriat.

44 % ne savent pas s'il souhaitent exercer le même métier toute leur vie et seuls 26 % d'entre eux se projettent dans la même profession

[BFM TV - Une étude menée par Elodie Gentina](#)

Ce n'est pas un rejet du travail, mais une volonté de l'exercer autrement. En questionnant **un système rigide ou dépassé**, nous défendons nos droits et contribuons à l'amélioration des conditions pour l'ensemble des salariés. Le vrai défi : défendre nos droits sans rompre le dialogue, car le progrès naît de l'échange, pas du blocage.

Découvrez deux ressentis de la Gen Z :

[YouTube - Caroline Rogers](#) | [TikTok - @Mialieu](#)



Esquisse d'un monde du travail 2.0 en construction

DU CHOC À L'ALLIANCE DES GÉNÉRATIONS

En 2025, nous représentons la majorité des actifs.

Nous ne sommes pas là pour tout chambouler, mais pour **accompagner un changement nécessaire**.

On parle de pénurie de talents, de burn-out, de grandes démissions...

Mais le vrai problème, c'est **le décalage** entre les **attentes des nouvelles générations** et les **pratiques encore figées de certaines entreprises**.

Ce que nous cherchons, ce n'est pas un babyfoot, mais :

- une flexibilité réelle (travail hybride, horaires souples),
- des relations humaines saines (écoute, horizontalité),
- une culture alignée à nos valeurs (transparence, éthique).

Aujourd'hui, la relation entre employeur et salarié n'est plus à sens unique. **Recruter, c'est aussi savoir séduire.**

“ Les recruteurs achètent des compétences, mais doivent aussi vendre une expérience collaborateur. Le marché de l'emploi est devenu un marché du haut de gamme : les talents sont exigeants. Et s'ils ne trouvent pas ce qu'ils cherchent, ils partent. Résultat : plus de turn-over, moins d'engagement, et une marque employeur fragilisée. ”

focusrh - 27 septembre 2021

Le constat est clair : certains processus sont obsolètes. Mais s'adapter à ces tendances permet aux entreprises de rester compétitives et attractives dans le marché du travail.

Dans ce contexte en mutation, nous sommes le reflet d'une époque en mouvement. Nous apportons **une autre manière** de travailler, de collaborer et de s'impliquer.

Et un levier puissant émerge :

le reverse mentoring.

25 octobre 2021 - Le journal le monde



Nous transmettons notre aisance intuitive du numérique, notre regard neuf, et en retour, nous apprenons de l'expérience des plus anciens. Un vrai échange, gagnant-gagnant. Même sans 30 ans de carrière, nous avons des idées, des compétences, des perspectives.

Angélique Gérard - 30 décembre 2023 - TikTok

90%

des actifs, jeunes ou seniors, estiment que chaque génération apporte une valeur précieuse à l'entreprise.

3 octobre 2024 - presanse-paysdelaloire.fr

Quatre générations cohabitent pour la première fois dans l'histoire.

C'est un défi, mais aussi une chance.

Le futur du travail s'écrit à plusieurs



À vos crayons !





Faites de votre employabilité le moteur de votre démarche créative

TROUVEZ VOTRE PLACE DANS CE NOUVEL ÉQUILIBRE

Avant même de postuler, posez-vous cette question : **À qui est-ce que je m'adresse ?**

Toutes les entreprises ne se valent pas.

Vous devez cibler **un secteur d'activité** précis et **une taille d'entreprise** qui vous correspondent.

On ne travaille pas de la même manière dans une startup de 5 personnes et un groupe international.

Spécialisez-vous : cela rassure et crédibilise votre profil.

Quelle est votre secteur de prédilection ?



“ Vouloir plaire à tout le monde, c'est comme un resto qui propose des sushis, des pizzas et des tacos : on n'y va pas. ”

Quelle taille d'entreprise est faite pour vous ?

TPE (Très petite entreprise)

Moins de 10 salariés



- Missions variées et polyvalentes
- Proximité avec le dirigeant
- Grande autonomie et prise d'initiatives



- Encadrement parfois limité
- Moins de ressources et d'outils
- Peu d'opportunités d'embauche

PME (Petites Moyennes Entreprises)

Moins de 50 salariés



- Ambiance familiale et accessible
- Missions enrichissantes et responsabilisantes
- Bon compromis entre autonomie et encadrement



- Moins de ressources qu'un grand groupe
- Moins valorisant sur un CV qu'une grande entreprise reconnue.

ETI (Entreprise Taille Intermédiaire)

Entre 250 et 4999 salariés



- Structure organisée avec des process définis
- Bon équilibre entre autonomie et formation
- Potentiel d'embauche à la fin du stage



- Moins de flexibilité qu'une PME
- Hiérarchie plus marquée qu'en petite entreprise

Grands groupes et entreprises

Plus de 5 000 salariés



- Forte reconnaissance sur le CV
- Formation et accompagnement structurés
- Réseautage et embauche facilitées



- Missions parfois cloisonnées ou très spécialisées
- Moins de flexibilité et d'autonomie
- Complexité administrative

Source : DHM Digital Humain Management / [Marion Ledéan Durel](#) - Directrice Juridique et RH

Comment savoir dans quelle catégorie entre l'entreprise ?

Avant de postuler, il est essentiel de savoir à quel type d'entreprise vous avez affaire pour :

- Adapter **votre ton** et **votre approche** dans vos échanges
- Comprendre **ses enjeux spécifiques**
- Anticiper ses **attentes** et son **fonctionnement**

Pappers, Société.com, Infogreffe : Pour connaître la forme juridique, la taille, l'effectif, le chiffre d'affaires,...

Légifrance, Code du travail numérique : Pour comprendre le statut (public/privé), la convention collective, les obligations spécifiques selon le secteur.

Combien je vauds sur le marché du travail ?

Découverte du simulateur APEC :

Il évalue votre valeur sur le marché selon le poste, la région, l'expérience, le diplôme et les caractéristiques de l'entreprise (secteur, taille).

Créatrice de contenu
Coach de carrière

Career Kueen

“ Vous choisissez autant qu'on vous choisit en entretien. ”

Se concentrer uniquement sur apporter les meilleures réponses au recruteur pour lui plaire, n'est pas la bonne stratégie y compris quand le marché est difficile.

Il ne s'agit pas de faire le candidat difficile mais plutôt de se donner les moyens de prendre une vraie décision avec les bonnes informations.

Lance la vidéo ici





Ne promettez plus, Montrez

On ne lit plus les lettres de motivation, surtout à l'ère de ChatGPT. **À la place, créez quelque chose.**

Métaphore parlante : deux candidats pour un poste de pâtissier.

L'un a un CV et une lettre de motivation disant qu'il sait faire des tartes aux fraises.
L'autre vient avec une tarte aux fraises.

Devinez qui on recrute ?

Celui qui démontre par l'action, pas par des mots parce que les preuves concrètes (un portfolio, un projet, un prototype) parle plus qu'un beau discours.

Alors apportez "vos tartes aux fraises" dans toutes vos démarches professionnelles.

Appliquez ça à votre métier : créez quelque chose pour l'entreprise, même avant d'être embauché :

- Un article de blog si le poste est en rédaction.
- Un audit rapide si vous êtes en marketing.
- Un design maquette si vous êtes en UX/UI.

Parole d'un recruteur sur TikTok

Un recruteur passe à peine 15 secondes sur un CV. Si le vôtre est trop classique, il passe à la trappe.

Pour capter l'attention : **faites une vidéo, personnalisez vos messages** (ex. : "Bonjour (prénom), je postule chez (Nom de l'entreprise) parce que..."), **ajoutez le logo de l'entreprise.**

Montrez que vous avez fait un vrai effort. **Ces petits détails** peuvent tout changer.

Un CV percutant ?
Cliquez ici !

La preuve de
l'efficacité du CV vidéo.

SOIGNEZ LE PREMIER MAIL DE CONTACT

Le mail qui accompagne votre CV est plus important que vous ne le pensez. Oubliez la lettre de motivation : Un message personnalisé, clair, et ciblé fait toute la différence.

Adressez-vous à la bonne personne : Faites une recherche rapide sur LinkedIn pour trouver le nom du ou de la responsable.

C'est une minute de plus, mais ça change tout.

Évitez le générique "Madame, Monsieur".
Préférez une formule personnalisée : "Bonjour Monsieur Dupont".

Structure du mail :

1. Montrez que vous avez compris les enjeux de l'entreprise.
2. Expliquez comment vous pouvez y répondre.
3. Joignez votre CV et une réalisation spécifique.
4. Terminez par : "Je me permettrai de revenir vers vous dans quelques jours."

ASSUREZ UN SUIVI STRATÉGIQUE

Si vous n'avez aucun retour sous 48 h ou même d'accusé de réception, envoyer un mail de relance.

Si vous avez annoncé dans votre mail initial que vous alliez recontacter : Vous avez maintenant **un prétexte professionnel pour rappeler.** Cela permet aussi de **passer les barrages des secrétaires** et des filtres RH.

CRÉEZ DES CONNEXIONS SUR LINKEDIN

Découvrez LinkedIn en cliquant ici

Connectez-vous avec les personnes à qui vous postulez. Likez, commentez, interagissez : montrez que vous suivez leurs actualités.

Votre présence LinkedIn est votre vitrine professionnelle. Dès que vous contactez quelqu'un, il ou elle ira voir qui vous êtes. **La première impression se joue bien avant l'entretien :** sur LinkedIn, dans vos mails, à travers ce que vous montrez.

PRÉPAREZ L'ENTRETIEN

1. Avant l'entretien

Confirmez le rendez-vous 48h avant.

Renseignez-vous sur l'entreprise :

- Identifiez ses objectifs stratégiques (site, rapports, actualités)
- Préparez des idées concrètes en lien avec ces enjeux

2. Pendant l'entretien

Ne soyez pas passif :

Posez des questions pertinentes. Montrez que vous avez creusé leur actualité.

Terminez, par exemple :

"Quel est le processus de recrutement ?"

3. Après l'entretien

Envoyez un mail de remerciement personnalisé :

"Merci pour notre échange. J'ai particulièrement apprécié votre vision sur..."

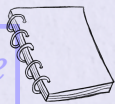
Restez visible sans insister : likez, partagez du contenu utile, relancez avec tact.

Soyez un "parasite positif" : apportez toujours de la valeur, au bon moment, sans harceler pour rester présent dans l'esprit de votre interlocuteur.



Avancez avec les bons outils





Et si votre e-réputation est votre nouveau CV...

Il fut un temps où un CV et une lettre de motivation suffisaient à convaincre un recruteur...

Ce n'est plus le cas aujourd'hui.



En France, c'est votre identité numérique qui s'impose. Elle ne complète plus votre identité réelle, elle s'y confond.
C'est ce qu'on appelle l'e-réputation.

Elle a désormais **un impact majeur sur votre vie personnelle, professionnelle ou publique.**

Que vous soyez étudiant, salarié, entrepreneur ou personnalité médiatique, **vous êtes concernés.**

Un exemple frappant de ce qui peut arriver quand l'e-réputation vous échappe :

“ Naomi H, étudiante américaine, emportée par son enthousiasme, annonce de façon vulgaire sur Twitter avoir décroché un stage à la NASA. Elle insulte un internaute qui la recadre, sans savoir qu'il s'agit d'Homer Hickam, ancien ingénieur à la NASA et membre du National Space Council. L'échange devient viral.

Résultat : la NASA annule son stage avant même son commencement.

Source 2018 : lavoixdunord.fr - [Reddit.com](https://www.reddit.com) - [TF1 Info](https://www.tf1info.fr) - [BFM Tech&Co](https://www.bfmtechtv.com) ”

CAR OUI, ELLE PEUT AVOIR DES CONSÉQUENCES DANS LA VIE RÉELLE

Votre e-réputation peut, comme vous l'avez vu, avoir un impact direct sur votre emploi, vos finances ou vos projets personnels :

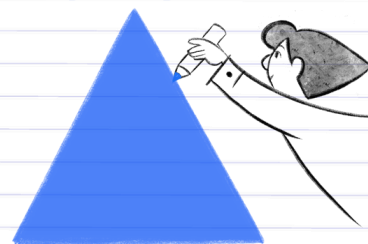
- Un post mal interprété peut vous coûter **un emploi, un prêt ou une opportunité.**
- Des **photos privées** peuvent être **détournées** ou **utilisées contre vous.**
- **Même d'anciennes données publiques** peuvent être exploitées.



Malik Amghar, a théorisé l'e-réputation autour de trois dimensions :

Trois dimensions, un impact réel

Ce que vous publiez



Ce que les autres publient sur vous

L'interprétation que chacun en fait

Ces trois couches interagissent et façonnent notre image. **Une image consultée, jugée, exploitée, souvent sans que nous le sachions.**

ET DES EFFETS DIRECTS SUR VOTRE EMPLOYABILITÉ

70%

des recruteurs consultent les profils des candidats sur les réseaux sociaux **avant de les embaucher.**

[Enquête de Keyrus - 2024](#)

54%

Des recruteurs avouent écarter un candidat à cause d'éléments négatifs trouvés en ligne

[semiji.com](https://www.semiji.com)

7%

Des Français ont été licenciés à cause de publications en ligne

[11 septembre 2019 - Kombini](#)

97%

des recruteurs utilisent LinkedIn pour chercher des talents.

[Gitnux.com](https://www.gitnux.com), [rapport 2025](#)

EN BREF : CE QUE VOUS POSTEZ... PEUT VOUS DÉFINIR

Souriez, vous êtes observés.

Un profil visible **n'est plus facultatif, c'est obligatoire** pour être pris au sérieux.

Les réseaux sociaux **ne sont plus un simple canal, mais un véritable outil de sélection.**

Votre e-réputation est votre nouveau passeport social et professionnel : elle vous précède, vous définit, et oriente vos opportunités.

Choisissez vos couleurs avec précaution



Alors,
comment se protéger ?



Adaptez les bons réflexes

Configurez vos paramètres de confidentialité et Passez certains comptes en privé si besoin

Pensez avant de publier : modérez vos propos, ce que vous postez aujourd'hui peut vous nuire demain

Séparez vos sphères pro/perso : utilisez des adresses mails et pseudos différents.

Nettoyez régulièrement vos comptes : supprimez les contenus inutiles ou sensibles.

Paramétrez les tags et mentions pour contrôler ce qui est associé à votre nom.

Faites un audit de votre présence en ligne

Utilisez des outils comme



Tapez votre nom sur Google en navigation privée et vérifiez les résultats, y compris sur Google Images.

Namechk

Namechk vérifie votre pseudo sur tous les réseaux et nom de domaine disponible.

Have I Been Pwned

haveibeenpwned.com : Vérifiez si votre adresse e-mail est victime d'une violation de données

Pipl
Lusha

Lusha et Pipl pour tester ce qu'un recruteur ou une IA peut trouver sur vous.

Google Alerts

Google Alerts : soyez alerté quand votre nom apparaît en ligne.



ET SURTOUT, COMMENT REPRENDRE LE CONTRÔLE DE VOTRE IMAGE ?

Outils de gestion de e-réputation

Outil pour gérer vos réseaux sociaux et suivre ce qu'on dit de vous ou de votre entreprise.
(Talkwalker Alerts, Zoho Social, Hootsuite, Brand24)

kanary incogni

Supprime vos données des bases publiques pour limiter votre exposition.



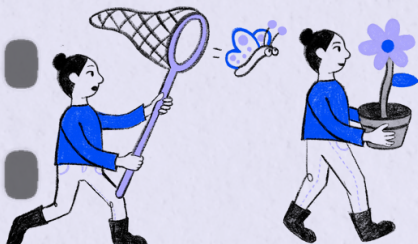
BrandYourself

Analyse et nettoie votre image en ligne, très utilisé pour améliorer son personal branding.
(BrandYourself)

Montre la propagation d'un contenu vous concernant, pour suivre son impact et ses partages.
(Hoaxy, BuzzSumo, Mention, Talkwalker Alerts)

Ne poursuivez-pas

Attirez



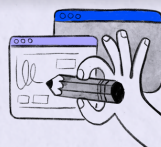
POUR ENFIN CONSTRUIRE UNE E-RÉPUTATION POSITIVE

- 1 Soignez votre profil LinkedIn : photo pro, résumé clair, contenus partagés.
- 2 Créez un blog ou un site portfolio pour maîtriser ce qui apparaît sur vous.
- 3 Soyez actif sur les bons canaux (GitHub, behance, Pixpa, ArtStation etc.)
- 4 Partagez des contenus en lien avec votre secteur ou vos valeurs.

VÉRITABLE CLÉ POUR BOOSTER VOTRE EMPLOYABILITÉ

Aujourd'hui, l'e-réputation influence directement l'employabilité : un profil LinkedIn soigné attire les recruteurs et le personal branding est devenu une compétence clé.

Prenez-en le contrôle, car ne rien faire, c'est déjà laisser faire.



Découvrez LinkedIn en cliquant ici



Découvrez un nouvel outil



La révolution LinkedIn



DU CV AU THÉÂTRE SOCIAL

Il est aujourd'hui **un outil incontournable du monde professionnel**.

Pour mieux le comprendre, il faut revenir à son origine : **créé en 2003** en Californie par Reid Hoffman, Allen Blue et racheté par Microsoft en 2016.

LinkedIn est passé d'un simple CV en ligne à un **géant du web professionnel**. C'est aujourd'hui un pilier du réseautage actif.

LinkedIn

Son nom reflète son **objectif principal** :
connecter les
professionnels entre eux
linked = *lié, connecté*
in = *dans un réseau*.

LinkedIn en quelques chiffres :

+1,2 Milliard d'utilisateurs

+65 Millions
de décideurs

+67 Millions
d'entreprises

6 personnes
embauchées chaque
minute

65 millions
cherchent un emploi sur
LinkedIn chaque semaine

news.linkedin.com - omnicoreagency.com - datareportal.com

"TOUT COMPRENDRE D'UN SEUL COUP D'OEIL"

À ses débuts, LinkedIn ressemblait à un **annuaire rigide**, avec des profils formatés et des échanges impersonnels.

Aujourd'hui, la plateforme a peu à peu muté : place **au storytelling inspirant**, à l'**auto-promotion bien huilée** et à une **forme subtile de signalement de vertu**.

Vu de l'extérieur, ce contenu peut sembler absurde, mais **il génère un fort engagement**, que l'**algorithme récompense généreusement en visibilité**.



LA MÉCANIQUE INFERNALE

Sur LinkedIn, chacun met en scène une version scénarisée de soi, adaptée au contexte professionnel. Comme l'expliquait le sociologue Erving Goffman :

Nous portons des "**masques sociaux**" qu'il désigne sous le nom **d'interactionnisme symbolique**, nous ajustons naturellement notre comportement selon nos interlocuteurs, un réflexe **amplifié en ligne** : **chaque post est une performance**.

- Ici, l'enjeu n'est pas seulement de dire ce qu'on fait, mais de montrer qui l'on est.

Et ce n'est pas un hasard : LinkedIn met en avant **les individus**, car le **personal branding génère bien plus d'engagement** que la communication corporate.

À FAIRE

- Humaniser sa présence
- Partager du concret
- Créer du lien avant de vendre
- Raconter une histoire, pas juste un pitch

À ÉVITER

- Se contenter d'un **copier-coller de lettre de motivation**
- Publier des contenus trop corporate ou rigides
- Utiliser LinkedIn comme un simple panneau publicitaire

Cette mécanique a fait émerger un véritable **écosystème** : des influenceurs LinkedIn enseignent comment briller, inspirant une nouvelle vague de créateurs. La **plateforme a développé ses propres codes**, loin des standards des autres plateformes sociales.

Des figures comme **Justine Hutteau (Respire)** ou **Grégoire Gambatto (Germinal)** ont su tirer parti de LinkedIn pour grandir.



[Voir l'article](#)

Justine Hutteau

in 166K
ig 115K



in 166K

Grégoire Gambatto

[Voir l'article](#)



LinkedIn est un marché où chacun est à la fois **produit, vendeur et communicant**.

Pour capter l'attention : inspirez confiance, soyez utile, restez visible.

L'algorithme valorise les profils plus que les marques :

LE PERSONAL BRANDING Y EST ROI.

VOUS FAITES DÉJÀ DU BRANDING... *sans le savoir*

Comme le dit **Jeff Bezos**, le branding, c'est ce que les gens disent de vous quand vous quittez la pièce.
Autrement dit : c'est une question de perception.

C'est ce qu'on appelle le **branding subi**.

Et si vous ne maîtrisez pas la perception que les autres ont de vous, votre message peut devenir flou ou contradictoire.

Celui que vous choisissez de transmettre

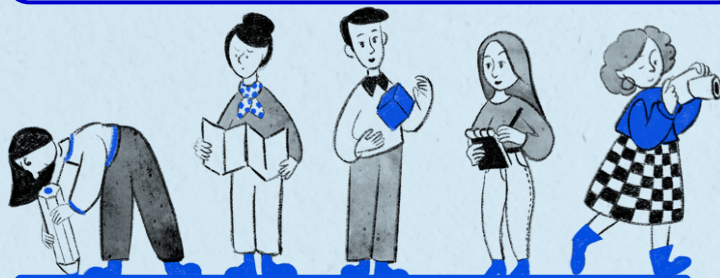
Et celui que vous induisez, souvent sans le vouloir, par votre apparence, vos mots, votre posture.

Pour maximiser votre impact, il faut **aligner le message voulu et le message perçu**. Sinon, vous risquez :

1 Une image incohérente : si vos messages, visuels et actions ne sont pas alignés, vous perdez en clarté.

2 Un manque de différenciation : sans stratégie claire, vous vous fondez dans la masse. **Pourquoi vous choisir, si vous ressemblez à tout le monde ?**

3 Un faible engagement : sans identité forte, difficile de créer une connexion émotionnelle avec votre audience, donc peu d'intérêt, peu de fidélité.



CE QUI FAIT LA DIFFÉRENCE, C'EST VOUS

Votre marque personnelle est votre force : elle reflète votre identité, vos valeurs et votre vision.

Véritable aimant, elle met en lumière votre expertise, renforce votre crédibilité, capte l'attention, inspire confiance et attire les bonnes opportunités.

Et cette réalité n'échappe pas à la Gen Z.

Jeunes actifs, ils perçoivent fortement l'importance du réseau.

80%

voit le manque de réseau pro comme un frein majeur à l'emploi.

News.linkedin.com - 3 Novembre 2022

GEN Z : ENTRE FOMO ET STRATÉGIE

Certains, sont touchés par le **FOMO**, reste connectée sans agir.

La Gen Z sait que LinkedIn peut ouvrir des portes, mais la pression de la comparaison freine l'action.

On scrolle, on doute, on hésite à se montrer. Se « marketer » sans se connaître crée un malaise.

Mais avec clarté et confiance, cette tension peut devenir un vrai levier d'expression et d'opportunités.

LINKEDIN ET LE DÉSIR MIMÉTIQUE

René Girard, sociologue et théoricien du désir mimétique expliquait que :

“ Nous ne désirons pas spontanément, nous désirons ce que les autres désirent. ”



Sur LinkedIn, la valeur perçue des opportunités attire plus que la réussite elle-même. On s'inspire des autres pour tracer son propre chemin.

La plateforme reflète les codes du succès et génère une dynamique positive.

L'enjeu ? L'attention, moteur d'échanges et d'opportunités.

CONSEIL : OSEZ PRENDRE VOTRE PLACE

Débarassez-vous du syndrome de l'imposteur. Vous avez votre place ici. Pas besoin d'être un expert pour prendre la parole..

Interview

Créateur de contenu BtoB
Conférencier LinkedIn

“

Mon conseil pour un étudiant serait de profiter de ses cours pour les transformer en contenu sur LinkedIn.

Méthode testée et approuvée, en étant étudiant je faisais 2 posts par semaine sur mes cours et ma passion pour le gaming.

Résultat : à la fin de mon Master j'avais 5 pistes concrètes de CDI et j'ai pu signer mon dreamjob.

Les étudiants sont une richesse de ce réseau, foncez !

”



Hugo Gedio



DESSINEZ UN PROFIL QUI VOUS RESSEMBLE

Enregistrez
POUR PLUS TARD



LE COEUR DE LINKEDIN : LE PERSONAL BRANDING

Utilisez votre profil comme une page de vente : [Pour en savoir plus](#)

- Présentez votre promesse
- Convincez votre cible
- Montrez votre légitimité



BANNIÈRE

Preuves
sociales

Logo
entreprise

PHOTO DE PROFIL

Votre photo de profil doit être en format buste, avec un objet qui reflète votre personnalité.

Promesse

Argument Simple et impactant

Call to action

PROFIL

CTA activé la cloche

Prénom **Nom** (Surnom, cliché du secteur ou qualité pro)

(Nom du poste) chez (Nom de l'entreprise)

Intitulé : Promesse + argument + preuves sociales

Localisation, Région, Pays • Coordonnées

Lien en Bio : à l'impératif (emoji ou symbole devant le texte)

653 abonnés Plus de 500 relations

Entreprise actuelle

Dernière formation
Étude

Mes objectifs

Ajouter une section au profil

Améliorer le profil

Ressources

Description

Ajoutez une description à vos expériences avec des résultats concrets et chiffrés.

Exemple :

Community manager :
Gérer les réseaux sociaux de la marque (+30k abonnés en 1 an)

Sélection

Mettez en avant vos contenus ou réalisations clés :

- Publications à fort impact
- Articles, vidéos, interviews
- Projets, offres, témoignages

C'est votre vitrine : montrez ce que vous savez faire

Rubrique Infos

Rédigez votre rubrique infos de la manière suivante :

- **3 arguments qui donnent** envie de vous contacter (4 premières lignes)
- **Présentez-vous et votre projet.** (3 lignes)
- **Ajoutez vos preuves sociales.** (liste de points)
- **Terminer avec un Call-To-Action**

Un bon profil répond à 7 points

1. Inspirer confiance
2. Présenter clairement vos offres
3. Raconter votre histoire
4. Partager votre expertise
5. Ajouter des preuves sociales
6. Respecter votre univers de marque
7. Diriger votre audience vers une action

Les étapes à suivre

- Créer une promesse efficace
- Récupérer les preuves sociales
- Comprendre l'histoire

Créer les supports visuels

- Visuels (bannière, photo et sélection)
- Textuel (intitulé infos)

Même l'IA peut vous aider à optimiser votre profil LinkedIn [...plus](#)

[...plus](#) Trouvez votre format signature pour lequel on va vous suivre

Mesurez votre efficacité grâce au SSI sur LinkedIn [...plus](#)

[...plus](#) Inspirez-vous de ces brandings

Exemple de profil à suivre : Hugo Gedio,



ENTREZ DANS LA TÊTE DE L'ALGORITHME

Enregistrez
POUR PLUS TARD



GÉNÉRALITÉS

+ de notoriété

- **+40%** d'engagement si une question en fin de post
- **Préfère les symboles aux émojis** (Site Piliapp)
- **Mentionnez des personnes influentes** et accessibles

+ de leads

- Ajoutez un **lien externe uniquement après publication**
- **Terminez toujours par un Call-To-Action clair**, à l'impératif
- **Concentrez-vous sur les posts à valeur ajoutée**, informatifs ou de storytelling

TEXTE UNIQUEMENT

Format idéal pour raconter des histoires et partager des astuces

Du lundi au vendredi

Entre 10 h et 12h

L'écriture

- 180 - 2100 caractères
- Paragraphes de - de 4 lignes
- Accroche et conclusion travaillées

SONDAGE

Format idéal engagé et divertir

Du lundi au vendredi (sujet pro)
Samedi et dimanche (sujet perso.)

Entre 8h et 11h

L'écriture

- 500 caractères
- +reach si contexte clair

Le sondage

- durée d'une semaine
- +25% reach si option "Autre"

CARROUSEL PDF

Format idéal pour les analyses et les actualités

Mardi et Jeudi

Entre 8h30 et 10h30

L'écriture

- 500 caractères
- Phrases courtes de - de 12 mots

Le visuel

- Meilleur reach pour carrousel brandé
- 7 à 12 slides, 25 à 50 mots par slide
- Format vertical 1080x1350 px

TEXTE + IMAGES

Format idéal pour la narration et partage d'infographies

Du lundi au vendredi (sujet pro)
Samedi et dimanche (sujet perso.)

Entre 8h30 et 10h30

L'écriture

- 900 - 1500 caractères
- Phrases courtes de - de 12 mots
- Accroche et conclusion travaillées

Le visuel

- +60% reach si photo de vous
- Format vertical 1080 x 1350 px

VIDÉO

Format idéal pour expliquer des processus et couvrir des événements

Mardi et jeudi

Entre 11 h et 13h

La vidéo

- Entre 1 et 2 minutes (format vertical)
- 500 caractères
- +30% reach si les 8 premières secondes sont convaincantes

Source : Hugo Gedio / podcast Problem Solvers (2023) / Richard Van Der Blom & Juste Connecting Hub - Algorithm Insight (2024) / Comment mener une campagne de publicité réussie sur LinkedIn, Hubspot 2023 / Données mush (2025).

UTILISEZ LES BONS FORMATS

CRÉER SA ROUTINE

AVANT DE PROMOUVOIR,
DONNEZ ENVIE QU'ON VOUS ÉCOUTE.

GUIDE COMPLET

COPYWRITING

Outils qui facilitent la rédaction de la publication :



- **MagicPost** : est une plateforme dédiée à LinkedIn. Son IA analyse vos précédents contenus pour mémoriser votre tonalité et optimiser vos publications.



- **Linktime** : Cette extension vous permet de repérer le meilleur moment pour publier en fonction de l'audience connectée.



- **Serpinja** : Ce site permet de donner un score à vos textes pour évaluer la facilité de lecture. (test Flesch-Kincaid). Objectif obtenir un **score > 70**.

Retenez ceci :

Le personal branding sur LinkedIn est une stratégie d'influence personnelle. Elle repose sur l'alignement entre identité, discours et valeur perçue. Ce n'est pas une démarche d'exposition, c'est un levier de connexion.

Le storytelling, c'est l'arme secrète des profils impactant :

- Il capte l'attention.
- Il humanise votre message.
- Il marque les esprits.
- Il montre vos valeurs, pas juste vos compétences.

Une bonne histoire = plus d'engagement, plus d'impact.

Racontez, ne récitez pas.



Vous êtes arrivés à la fin du parcours

L'HISTOIRE EST SUR LA PAPIER, LE TRAIT FINAL EST POSÉ

Vous êtes arrivés au bout de votre esquisse.

Comme toute belle œuvre, il est temps de lui donner sa forme finale. Tout au long de ce parcours, vous avez affûté vos outils, redessiné votre image, et renforcé votre employabilité grâce à la maîtrise de votre e-réputation.

Maintenant, il ne reste plus qu'un geste : signez votre création... et la révéler au grand jour.

La rédactrice et dessinatrice

La plume et le crayon

Amélie Vié, enchantée !

Ma passion pour la création graphique est née assez tôt, même si enfant, je rêvais tour à tour d'être fleuriste, architecte, ou encore décoratrice.

Ce qui m'animait toujours, c'était ce besoin de créer.

Le vrai déclic est arrivé avec Photoshop, mon premier logiciel de création, qui m'a donné envie de devenir graphiste.

Après un Bac Pro architecture, j'ai découvert la 3D, ce qui m'a poussée à suivre une licence de Réalisateur 3D en alternance, tout en travaillant comme graphiste et chargée de communication chez ATA Medical. Ce double parcours m'a permis de concilier créativité et aspects techniques.

Lors de mon Master en Direction Artistique, j'ai renforcé mes compétences en graphisme, et exploré de nouveaux domaines comme le motion design et le web design. En deuxième année, à l'École Supérieure de Publicité, j'ai appris à concevoir des campagnes publicitaires basées sur le storytelling et à développer des identités visuelles fortes.

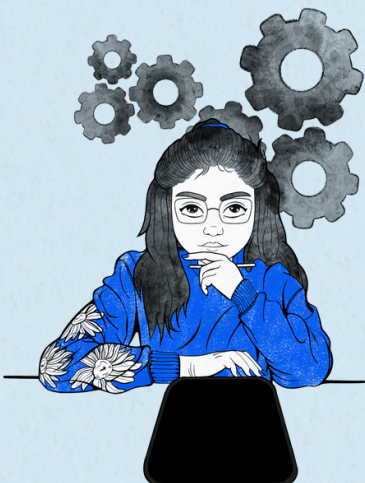
Parallèlement, j'ai occupé le poste de graphiste et chargée de projet à la DIRM NAMO, ce qui m'a offert une expérience précieuse pour allier créativité et contraintes institutionnelles.

Pourquoi ce livre blanc ?

J'ai toujours été attirée par la création au service d'un récit. Le graphisme, l'illustration, le motion ou le web design sont pour moi des outils puissants, capables de faire vivre une histoire, de transmettre une émotion ou de plonger quelqu'un dans un univers.

Cette sensibilité m'a naturellement conduite vers LinkedIn, où j'ai découvert des récits inspirants, des parcours singuliers, des idées créatives. En décembre, j'y ai partagé un CV inspiré de La Casa de Papel pendant ma recherche d'alternance en Master Direction Artistique. À ma surprise, il a généré beaucoup d'engagement... jusqu'à me permettre de décrocher une opportunité. Ce fut un vrai déclic : LinkedIn, bien utilisé, peut devenir un levier puissant pour se démarquer.

En échangeant avec d'autres jeunes, j'ai réalisé que beaucoup ne savent pas comment exploiter ce réseau à leur avantage. C'est ce constat qui m'a donné envie d'agir. À travers ce livre blanc, j'ai voulu mettre mes compétences créatives au service de l'employabilité de la Gen Z, en explorant des leviers de visibilité, de différenciation et d'expression, à travers le design et la narration visuelle.





ME CONTACTER PAR MAIL
vie.amelie44@gmail.com

Plongez dans mon carnet de croquis
et explorez mes dernières créations



MERCI

sincèrement

À **Marion Ledéan Durel**, dont le coaching m'a profondément enrichie. Ses cours m'ont permis de mieux comprendre les leviers de l'employabilité et les bases de la négociation salariale, des connaissances précieuses, essentielles pour la suite de mon parcours, et qui ont directement nourri le contenu de ce livre blanc.

À **Hugo Gedio**, pour la clarté et la passion avec lesquelles il transmet ses connaissances sur LinkedIn. Son approche a été une véritable source d'inspiration pour moi.

À **Cécile Delbousquet**, pour son accompagnement, son écoute, de bienveillance et de conseils avisés.

À l'équipe pédagogique de l'École Supérieure de Publicité de Nantes : **Christina Greau, Maïna Epailard Tailleur et Camille Simon Bouvier**, pour leur engagement tout au long de l'année.

Un immense merci à **Coralie Herfray**, pour son soutien moral sans faille durant cette année.

À **ma famille et à mes proches**, pour leurs encouragements à chaque étape de mon parcours.

Et enfin, à mes camarades de classe, **Noémi Pointel et Cloé Gérard**, avec qui j'ai partagé entraide, solidarité et bonne humeur, même dans les moments les plus intenses.